

O antiviral está na moda! As composições sintagmáticas formadas pelos termos *antiviral* e *pro antiviral* na coleção *Care*, da marca *Live!*

The antiviral is in fashion! The syntagmatic compositions formed by the terms *antiviral* and *pro antiviral* in the *Care* collection, by the brand *Live!*

Pauler Castorino • Universidade de São Paulo, Brasil • paulercastorino@usp.br
Ieda Maria Alves • Universidade de São Paulo, Brasil • iemalves@usp.br

Resumo

No momento em que a crise sanitária causada pela Covid-19 se estabeleceu como uma epidemia global, muitos setores tiveram de se adaptar à realidade pandêmica, sendo o campo da moda um deles. Um exemplo disso é o aumento recente de buscas por *tecidos antivirais* que, segundo o *Google trends*, teve um crescimento de cem por cento de buscas em meados de julho de 2020. Portanto, neste trabalho, ambiciona-se analisar as composições sintagmáticas criadas a partir de *antiviral* e *pro antiviral* para nomearem as peças do vestuário da coleção *Care: Antiviral*, da marca *Live!* O percurso metodológico empregado nesta investigação é quanti-qualitativo, pois os neologismos analisados foram inventariados manualmente do *site* da marca e contabilizados via *LanCSBox* em sequência, necessitou-se averiguar os termos formados por *antiviral* e *pro antiviral*, bem como suas informações conceituais. Para tais debates, fundamentamos em Alves (2004, 2007, 2015 etc.), Veillon (2004), Barthes (2009) e outros que discorrem sobre a Neologia, a Moda e a relação moda e língua. Nossos resultados apontam que os termos investigados são usados para categorizar e, simultaneamente, ressaltar que a coleção é antiviral, destacando que ela protege os consumidores do novo coronavírus.

Abstract

At a time when the health crisis caused by Covid-19 established itself as a global epidemic, many sectors had to adapt to the pandemic reality, with the field of fashion being one of them. An example of this is the recent increase in searches for *antiviral fabrics*, which, according to *Google trends* had a growth of one hundred percent in searches in mid-July 2020. Therefore, in this work, the aim is to analyze the syntagmatic compositions created from *antiviral* and *pro antiviral* to name the garments in the *Care: Antiviral* collection, from the *Live!* The methodological approach used in this investigation is quanti-qualitative, as the neologisms analyzed were manually inventoried from the brand's website and accounted for via *LanCSBox* in sequence, it was necessary to investigate the terms formed by *antiviral* and *pro antiviral*, as well as their conceptual information. For such debates, we base ourselves on Alves (2004, 2007, 2015 etc.), Veillon (2004), Barthes (2009) and others who discuss Neology, Fashion and the relationship between fashion and language. Our results indicate that the terms investigated are used to categorize and, simultaneously, emphasize that the collection is antiviral, highlighting that it protects consumers from the new coronavirus.

Palavras-chave

Neologismo terminológico • Moda • Covid-19

Keywords

Terminological neologism • Fashion • Covid-19

1. Introdução

O acrônimo Covid-19¹ se estabeleceu no repertório lexical contemporâneo assim que a epidemia causada pelo novo coronavírus se alastrou para o restante do globo. Em meio a este cenário pandêmico, confirmado em março de 2020 pela Organização Mundial de Saúde (OMS), o mundo teve que se adaptar à uma realidade diferente da qual vivia, uma vez que as pessoas tiveram de se isolar uma das outras, mudando, inclusive, seus hábitos sociais e sanitários.

Por esta ótica, Mattedi *et al.* (2020, p. 283) discorrem que a Covid-19 deixa “marcas sanitárias, sociais, econômicas, culturais e políticas profundas. Essas marcas parecem coexistir também com a crença generalizada de que o mundo não será mais como era antes”. De fato, estes vestígios já são sentidos na língua, especialmente no léxico, tendo em perspectiva que “a sociedade é bombardeada de novas expressões e termos” acerca da pandemia diariamente mediante a mídia especializada, redes sociais ou setores comerciais que se ajustaram a tal contexto, consoante Silva e Maia (2021, p. 6079).

Nesse sentido, partimos da compreensão de Vilela (1994, p. 6) de que “o léxico é o repositório do saber linguístico e é ainda a janela através da qual um povo vê o mundo”. Em outros termos, este é o componente da língua que designa o extralinguístico, ou seja, por artifício dele, singularmente pelas unidades lexicais, é que o ambiente ganha sentido. Biderman (2001, p. 179) complementa esta discussão ao dizer que o léxico também se caracteriza pela “somatória de toda a experiência acumulada de uma sociedade e do acervo da sua cultura através das idades”.

Discorremos sobre isso, pois o léxico acompanha e reflete as transformações do círculo social que o utiliza. Assim, percebemos o quanto ele se modificou na pandemia, formando novas lexias e ressignificando aquelas já existentes no sistema linguístico. Essa reflexão permeia o presente estudo, o qual tem como foco analisar as renovações terminológicas da moda, particularmente, os termos sintagmáticos formados por intermédio de *antiviral* e *pro antiviral* na coleção *Care: antiviral*, da marca digital *Live!* Salientamos que nosso objetivo é investigar os compostos sintagmáticos criados por estas unidades e verificar suas relações com a pandemia da Covid-19.

Os debates aqui levantados surgiram durante uma comunicação oral realizada no XIII EnGTLex (Encontro Intermediário do GT de Lexicologia, Lexicografia e Terminologia da Anpoll), realizado em julho de 2021 pela Unioeste (Universidade Estadual do Oeste do Paraná). Além do mais, é preciso destacar que a pesquisa deriva de nossa tese de doutoramento, ainda em fase inicial, intitulada *Os neologismos da moda em meio à pandemia da Covid-19: um estudo sobre a renovação terminológica na mídia semiespecializada*, a qual objetiva inventariar, examinar e documentar os neologismos especializados da moda concebidos em revistas digitais no decorrer da crise sanitária causada pela Covid-19.

¹ Este termo é formado a partir das iniciais *corona virus disease*, em tradução literal, *doença do coronavírus*; o numeral **19** refere-se a 2019, ano em que foram documentados e divulgados os primeiros casos da doença em Wuhan, na China, segundo o *Portal Fiocruz* (2020).

À exceção desta seção, o texto se encontra dividido nas partes a seguir: *i)* realizamos ponderações acerca da terminologia da moda e dos neologismos, bem como sobre sua renovação em meio ao Covid-19; *ii)* apresentamos o método usado desde a coleta à validação dos neologismos; *iii)* exibimos as análises das composições sintagmáticas inventariadas, como também discorremos sobre suas relações com a pandemia. Após isso, seguimos com nossas principais conclusões e encerramos com as referências utilizadas.

2. A passarela terminológica da moda durante a pandemia da Covid-19

Ao cotejarmos a unidade lexical *moda* em um dicionário de língua geral, avistamos o seu caráter polissêmico, tomando por base que encontramos acepções voltadas ao estilo musical, a exemplo de *moda de viola*, ou como um *conjunto de opiniões efêmeras* e, até mesmo, como a área de especialidade que se dedica às vestimentas e outros assuntos relacionados. Neste texto, delimitar-nos-emos à última acepção.

Isto posto, buscamos na literatura uma conceituação sobre este domínio e, igualmente, deparamo-nos com a polissemia do termo, conforme lemos a seguir: “as interpretações em torno do papel social da moda revelaram a variação dos códigos que ela veicula, ora indicando, por exemplo, o *status* do usuário, ora informando sua filiação a valores específicos de um grupo” (Crane, 2006, p. 7). Por outro lado, interpretamos que estudos que investigam a moda enquanto fenômeno cultural a classificam por dois vieses, um relativo à posição social do sujeito e outro que alude à identidade de um indivíduo ou grupo.

Veillon (2004, p. 07) diz que a moda também é a “manifestação da vida sob todas as suas formas, maneira de ser e de se comportar, a moda constitui de fato um observatório privilegiado do ambiente político, econômico e cultural de uma época”. A partir da afirmação da autora, é possível inferir que a moda, similarmente, retrata as transformações do corpo social. Portanto,

A moda é entendida como um conjunto de *trajes, adornos e acessórios* que reveste o corpo do sujeito e, com ele, significa, seus sistemas e processo não podem ser considerados *apenas* para o estudo da constituição das personagens, mas também para as relações sociais e intersubjetivas que são descritas na própria literatura em questão [...] (Martins, 2004, p. 24, *grifos do autor*).

Em síntese, Martins reflete acerca do vínculo social que permeia a moda, bem como a relação entre vestuário e identidade que ela constrói. Orsi e Almeida (2019) discorrem que a moda pode ser entendida como uma espécie de linguagem que os sujeitos se revestem ao fazerem uso de determinados itens do vestuário, comunicando-se assim com o seu redor. Tal domínio de especialidade contempla então uma linguagem visual e verbal, uma vez que Barthes (2009) reconhece que a moda contém uma terminologia por onde o seu significado é perpassado. Para ele, os termos deste domínio são efêmeros em decorrência da própria fugacidade do campo:

Aconteça o que acontecer com o vestuário real, o ritmo do vestuário escrito será implacavelmente anual, e a renovação das formas, de um ano para o outro, parece ocorrer

de maneira anárquica. A que se deve essa anarquia? Provavelmente ao seguinte: o sistema da Moda excede em muito a memória humana. Mesmo – e principalmente – no interior de uma microdiacronia, nenhuma lei de mudança é perceptível. É verdade que, de um ano para o outro, a Moda pode proceder por contrários, provocando a alternância dos termos simples de uma mesma variante: *macios crepes de seda* vêm substituir *tafetás rígidos*: ‘invertem-se’ os termos da variante de flexibilidade (Barthes, 2009, p. 439-440, *grifos do autor*).

De acordo com o excerto acima, as alterações da moda são reproduzidas em seu léxico, e, sendo assim, esta percepção nos indica que talvez haja uma certa recorrência de novas unidades terminológicas nesta especialidade. Sapir (1967, p. 88, tradução nossa) diz que “a moda não é outra coisa senão uma inovação efêmera do costume; na história humana, as inovações são, frequentemente, filhas da necessidade e duram apenas enquanto essa necessidade existir²”, ou seja, ela é alterada frequentemente e esta modificação é sentida em sua terminologia.

Alves (2015, p. 15) indica que:

As mudanças que ocorrem em todos os grupos sociais refletem-se no léxico das línguas e estas necessitam criar novas palavras que mostrem o avanço científico, tecnológico, artístico, econômico e social por que passa a sociedade em um determinado momento de sua história. Essas novas palavras, os neologismos, são criadas com os recursos vernaculares de que dispõe uma língua, já herdadas do latim no caso das línguas românicas, ou recebidas de outros idiomas no decorrer de sua história.

A partir desse excerto, entendemos que a criação de unidades lexicais ocorre em decorrência das necessidades do círculo social e, por sua vez, essas novas formações, sejam elas com recursos linguísticos do próprio idioma, sejam por adoção de itens estrangeiros, são designadas *neologismos*.

Obras lexicográficas online, tendo como exemplo o *Aulete digital* e o *Grande Dicionário Houaiss*, apresentam entradas para *neologia*³ e *neologismo*⁴ com definições quase que sinônimas. Para Ganança (2018, p. 35), os verbetes “parecem apontar para uma grande identidade semântica entre os vocábulos neologia e neologismo”, sendo assim, cabe-nos diferenciar estes conceitos a partir de estudos já realizados (cf. Guilbert, 1975; Alves, 2007; Correia, 1998; etc.): *i*) consideramos *neologia* o processo de criação de uma nova unidade lexical; *ii*) compreendemos *neologismo* como o resultado da neologia, em outros dizeres, o item formado/criado.

² «La mode est autre chose qu'une innovation éphémère de la coutume; dans l'histoire humaine, les innovations sont souvent filles de la nécessité et durent tant que le besoin s'en fait sentir» (SAPIR, 1967, p. 88).

³ “1. Criação ou uso de palavras novas, ou com novos significados” (Aulete, 2021, *grifo nosso*); “1 processo de formação, caracterização e emprego de novas unidades léxicas; 2 registro dessas unidades; 3 conjunto de neologismos” (Houaiss, 2021, *grifos nossos*).

⁴ “1. Uso de palavra ou expressão nova, ger. com base em léxico, semântica e sintaxe preexistentes, na mesma língua ou em outra; 2. Qualquer palavra ou expressão resultante desse processo” (Aulete, 2021, *grifos nossos*); “1 emprego de palavras novas, derivadas ou formadas de outras já existentes, na mesma língua ou não; 2 atribuição de novos sentidos a palavras já existentes na língua; 3 unidade léxica criada por esses processos” (Houaiss, 2021, *grifos nossos*).

Ao discutirmos sobre neologismos, é imprescindível que discorramos acerca da evolução sociocultural, no sentido de mudança, uma vez que, segundo Desmet (2002, p. 78), “do ponto de vista cultural, a neologia reflete a evolução e o estado de desenvolvimento científico, técnico e cultural de uma sociedade⁵”. O léxico é um meio pelo qual sentimos as constantes transformações do ambiente. Lino (2019, p. 10), inclusive, destaca que “o ritmo da evolução conceptual dos conceitos científicos e dos conceitos sociopolíticos é muito rápida. Consequentemente, os léxicos de especialidade e o léxico da língua corrente refletem essa evolução”. A nosso ver, as modificações sociais, políticas e culturais acarretam a criação de neologismos, já que:

A unidade lexical neológica, que representa as necessidades cotidianas de nomeação, em muitos casos retrata um fato histórico, político, social, um desenvolvimento científico e tecnológico. A maior parte dos empréstimos e os termos das ciências e das técnicas reflete essa face do neologismo (Alves, 2004, p. 80).

Um exemplo disso seriam os itens neológicos que surgiram durante a pandemia do novo coronavírus, tanto na língua geral quanto na especializada, para nomearem as necessidades das pessoas. Na língua corrente, tivemos várias criações de processos distintos, tal como *Covard-17*, analogia a Covid-19, para se referir à omissão do presidente do Brasil durante a epidemia do vírus. Vale ressaltar também que Jair Bolsonaro era identificado, durante as eleições brasileiras, pelo dígito 17. Outra unidade que apareceu nesse momento foi *arentena*, cruzamento vocabular entre *arente* e *arentena*, para a carência dos sujeitos durante o isolamento social, entre outras (cf. Silva; Maia, 2021).

Já no âmbito de especialidade, limitar-nos-emos a alguns exemplos extraídos do campo da moda, estritamente dos primeiros dados de nossa tese, como *bolsinha porta-álcool em gel*, composição sintagmática que denomina uma bolsa menor que comporta um frasco de álcool em gel, a qual facilita o manuseio deste produto que se tornou usual durante o surto da Covid-19. Podemos citar também *roupartilhar*, cruzamento vocabular entre *roupa* e *compartilhar*, termo este que surgiu a partir da preocupação de profissionais da moda sobre o compartilhamento de vestuários na pandemia.

Para finalizarmos esta seção, salientamos que a moda, enquanto domínio de especialidade, contempla uma terminologia própria, a qual constantemente se atualiza e assinala a sua efemeridade, tal como eleva o *status* desse campo como uma área de especialidade. A esse respeito, citamos Benveniste (1974, p. 247), que entende que “uma ciência somente começa a existir ou impor-se na medida em que ela impõe seus conceitos por meio de suas denominações”. Destacamos, ainda, o quanto os assuntos e itens relacionados à moda acompanham o progresso sociocultural, tendo como exemplo as mudanças sanitárias causadas pela Covid-19.

3. Da seleção à identificação dos neologismos terminológicos da coleção *Care: antiviral*

⁵ «Du point de vie culturel, la néologie reflète l'évolution et l'état de développement scientifique, technique et culturel d'une société» (DESMET, 2002, p. 78).

Quando a Organização Mundial de Saúde (OMS) informou o estado de pandemia provocado pelo novo coronavírus, o mundo freou suas atividades e o *x-remoto* passou a ser tendência na vida de todos para conter uma doença infecciosa, que já estava matando milhares de pessoas. Nesse sentido, o *ensino presencial* deu lugar ao *ensino remoto* e, igualmente, o *trabalho presencial* ao *trabalho remoto*. No entanto, algumas atividades começaram a retornar no segundo semestre de 2020, fazendo com que certas pessoas tivessem que regressar aos seus afazeres que, em momento anterior, eram comuns. Com isso, percebemos um aumento de buscas por *tecidos antivirais* em julho deste ano no site *Google*⁶.

Não é coincidência que, nesta época, surgiram as primeiras coleções com tecidos antivirais no domínio da moda, sendo uma delas a *Care: antiviral*, da marca digital *Live!* Segundo o blog da marca,

Na atual situação que estamos vivendo por conta do coronavírus, primeiramente precisamos destacar essa tecnologia antiviral incrível da nova coleção: ela protege contra vírus e bactérias com inativação de até 99,9% em apenas 1 minuto. Tudo certificado pelo Instituto de Biologia da UNICAMP e testada seguindo as normas ISO 18184 e AATCC 100 (*Live*, 2020).

A revista semiespecializada em moda *Vogue Brasil* (2020) assevera o quanto a tecnologia têxtil da coleção “promove a ruptura da membrana e inibe o crescimento e a persistência do vírus na malha, e dura por até 50 lavagens”, assim como ressalta que este tecido antiviral não se limitou apenas às vestimentas, mas foi perpassado também aos acessórios comercializados na coleção.

Gonçalves e Lopes (2007) definem coleções como uma espécie de coletânea em que são vendidas uma certa quantidade de roupas durante uma estação, por exemplo, *primavera-verão* e *outono-inverno*. Nos dizeres dessas autoras, esses conjuntos de itens da moda são elaborados “a partir das pesquisas de comportamento e estilo de vida do público-alvo” (Gonçalves; Lopes, 2007, p. 6). Por esta razão, escolhemos a *Care: antiviral* como nosso *corpus* de estudo porque *i*) depreendemos que as coleções partem de uma necessidade e/ou do comportamento dos consumidores, conforme explicitam as estudiosas citadas; e, *ii*) constatamos que esta é uma das primeiras coletâneas de vestuários que trouxeram a tecnologia antiviral para o Brasil.

Posterior a escolha do *corpus*, delimitamos a metodologia de trabalho, a qual é quanti-qualitativa, posto que: *a*) selecionamos os termos por meio das ferramentas *Words* (lista de palavra) e *GraphCool* (lista/gráfico de colocações) do programa de análise linguística *LancsBox*, versão 6.0, desenvolvido pela Universidade de Lancaster na Inglaterra; *b*) validamos os neologismos mediante o cotejo deles em um dicionário de língua geral, o *Grande Dicionário Houaiss* na versão online e em uma obra terminográfica, o *Dicionário de Moda* de Angus, Baudis e Woodcok (2015), igualmente, buscamos os termos na ferramenta *Google Trends*; por fim, *c*) realizamos a análise qualitativa dos itens neológicos, discutindo sua formação e sua semântica.

⁶ Retiramos essa informação da ferramenta *Google trends*, doravante *Trends*, que quantifica o aumento de buscas no site de pesquisa em questão.

De acordo com Sablayrolles,

Se a neologia pode ser facilmente definida, conforme se diz frequentemente dela, como uma inovação, seja lá qual for, no nível de uma unidade lexical, a identificação e a análise dos neologismos, novas unidades lexicais ou empregos inovadores de unidades lexicais existentes, são muito mais delicadas e apresentam muitos problemas de diferente natureza⁷ (Sablayrolles, 2017 *apud* Alves; Maroneze, 2018, p. 09).

Por essa ótica, notamos que, em um trabalho voltado à análise de neologismos, é preciso se ater ao método de reconhecimento/validação de uma criação lexical, pois há um questionamento central nesses estudos, sobre o que é um neologismo e, conseqüentemente, quais são os critérios usados para delimitar o caráter neológico dessas unidades lexicais, segundo Alves (2016).

Uma forma de identificar se um item é neológico é efetuada pela realização de sua busca em dicionários de língua geral ou especializados, conforme fazemos aqui. Tal parâmetro de autenticação recebe o nome de *critério lexicográfico* ou *corpus de exclusão*, sendo que esta última expressão surgiu com Boulanger (1979, s/p), para quem “a verificação lexicográfica constitui o teste de filtragem a que cada termo deve ser submetido⁸”. Em outros termos, as obras lexicográficas ou terminográficas servem como um filtro para determinar se de fato a unidade é ou não um neologismo.

Consoante Barbosa,

A consagração final da palavra neológica é a sua inserção no dicionário, porque o registro de um termo no dicionário confere-lhe o estatuto de elemento lexical da língua, ao lado dos outros já existentes, do ponto de vista dos grupos conservadores. Antes de ser registrado no dicionário, já se tem consciência de sua aceitação, mas o figurar na lista das palavras do dicionário faz que o termo seja considerado ‘*definitivo*’ (1981, p. 150, *grifo da autora*).

Nesse sentido, a integração de uma unidade lexical em um dicionário de língua indica que esta perdeu seu caráter neológico, ou seja, foi *desneologizada*, uma vez que se encontra incorporada ao repertório lexical da língua. Em contrapartida, a ausência do item lexical em um repositório pode apontar, provavelmente, a inovação linguística da lexia ou termo.

O critério lexicográfico regularmente é priorizado em estudos neológicos. No entanto, destacamos que, mesmo sendo um parâmetro bem estabelecido, recebe algumas críticas, a exemplo daquelas ditas por Sablayrolles (2008 *apud* Alves, 2016). São diversas as problemáticas citadas pelo teórico, as quais variam desde a escolha dos dicionários e, para aquelas línguas que contêm um número grande de opções, qual escolher nesse caso? O autor, ainda, versa sobre aquelas que têm um número reduzido de obras lexicográficas,

⁷ «Si la néologie se laisse assez aisément définir, quoi qu'on en dise souvent, comme une innovation, quelle qu'elle soit, au niveau d'une unité lexicale, l'identification et l'analyse des néologismes, nouvelles unités lexicales ou emplois innovants d'unités lexicales existantes, sont beaucoup plus délicates et posent de nombreux problèmes, de diverses natures» (SABLAYROLLES, 2017 *apud* ALVES; MARONEZE, 2018, p. 09).

⁸ «La vérification lexicographique constitue l'épreuve du filtrage auquel chaque terme doit se soumettre» (BOULANGER, 1979, s/p).

e, nessas circunstâncias, o pesquisador teria que trabalhar com uma quantidade ínfima de exemplares. Outro ponto negativo desse parâmetro é sobre a ausência da unidade lexical no dicionário, pois a falta de uma entrada não significa, necessariamente, que ela é um item neológico, porque a ausência pode ser “pela forma de coleta dos neologismos, por condições ideológicas ou de frequência impostas pelo(s) lexicógrafo(s), dentre outros fatores”, segundo Alves (2016, p. 104-105).

Por mais que o uso de dicionários como *corpus de exclusão* receba suas ressalvas, este ainda permanece como o método mais utilizado e, igualmente, como o mais seguro para validar um neologismo. Porém, refletimos que cabe ao lexicólogo ou terminólogo, estudiosos da Lexicologia e da Terminologia, selecionarem uma obra mais atual, possivelmente um dicionário *online* que seja atualizado com maior frequência, tendo como exemplo o *Grande Dicionário Houaiss*. Além disso, pode-se fazer uso dos recursos tecnológicos que temos disponíveis, bem como das ferramentas de buscas e/ou a própria Linguística de *Corpus* que, frequentemente, tem avançado nesse aspecto.

Em função disso, optamos em acrescentar o *Google Trends* em nosso processo de autenticação dos neologismos, dado que ele:

[...] Mostra o aumento ou declínio da popularidade da busca por termos em períodos específicos. Para tanto, a ferramenta apresenta gráficos com a frequência em que determinado termo ou expressão é procurada, bem como a frequência com que determinado assunto está em alta dentre as publicações da rede (Jesus, 2021, p. 254-255).

A ferramenta em questão não indica quando a unidade lexical surgiu, mas apresenta a sua popularidade no âmbito da internet. Nesse caso, por estarmos trabalhando com termos concebidos no domínio da moda, o *Trends* se mostra relevante, tendo em vista que nos deparamos com um léxico efêmero que surge em certo momento e desaparece em outro. Assim, esse mecanismo pode expor o período exato em que um item da moda se tornou tendência entre os consumidores e, conseqüentemente, o instante em que o termo começou a ser usado/pesquisado na internet.

Tencionando exemplificar nosso postulado até o momento, mostramos a seguir a referida funcionalidade:

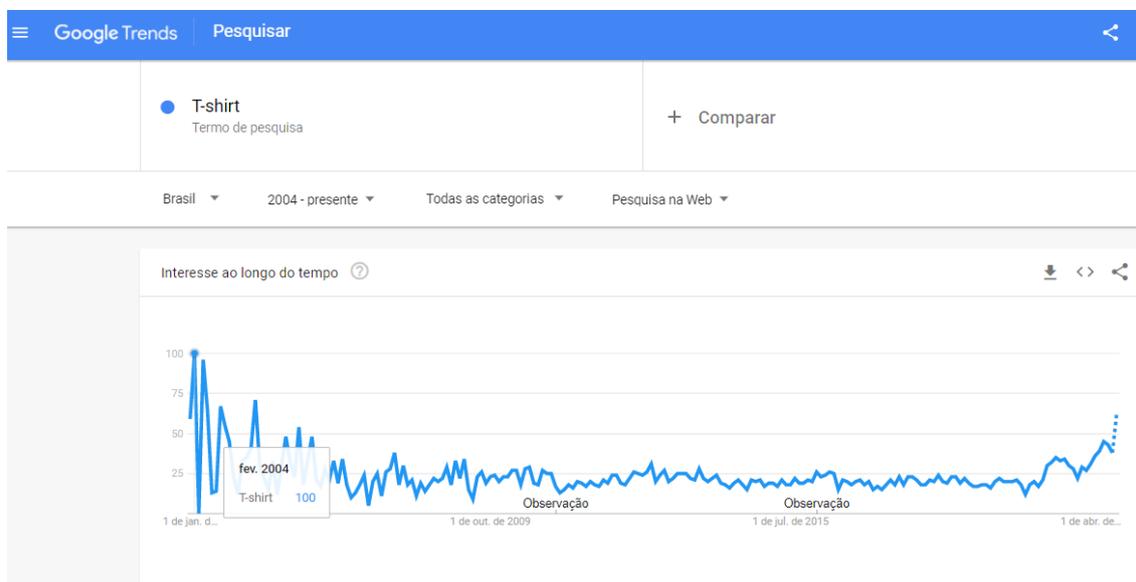


Figura 1 – Busca pela unidade terminológica *t-shirt* na ferramenta *Trends*
Fonte: Google Trends (2021)

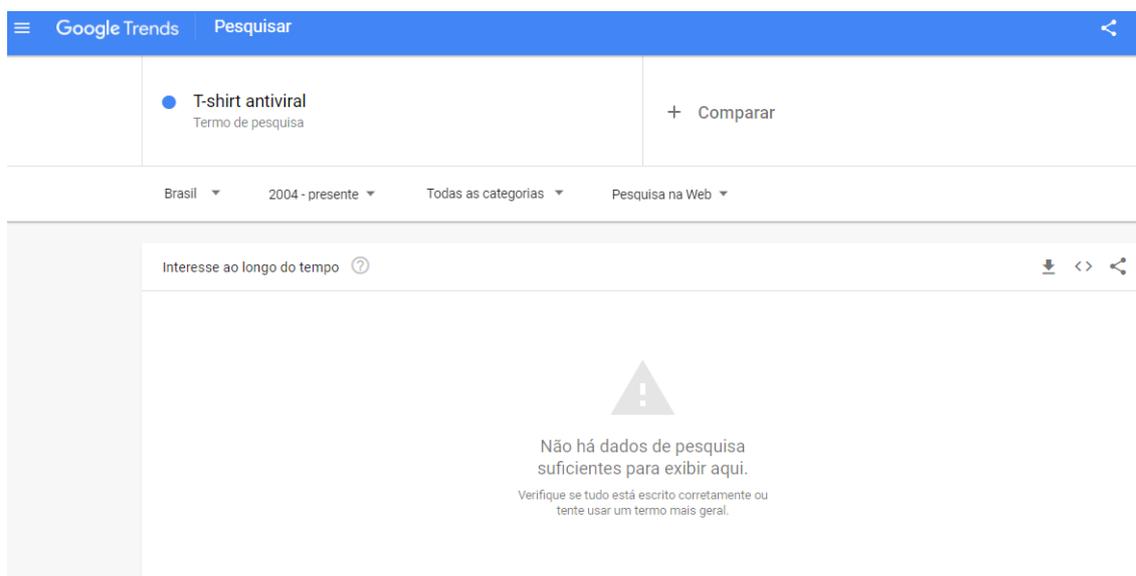


Figura 2 – Busca pela unidade terminológica *t-shirt antiviral* na ferramenta *Trends*
Fonte: Google Trends (2021)

As figuras acima expõem nossas buscas no mecanismo citado. A primeira mostra a pesquisa pelo termo *t-shirt*, o qual já é buscado com certa frequência desde fevereiro de 2004, época em que atingiu pico máximo de popularidade. Nesse sentido, não considerariamos tal unidade como neológica, posto que parece ser popular entre os falantes, a ponto de ser pesquisada. Outra condição que comprova essa concepção é a inserção do termo nos dicionários consultados:

“camisa curta de malha, com ou sem mangas; camiseta” (GRANDE DICIONÁRIO HOUAISS, 2021);

“Nas últimas décadas do século XIX, o macacão de malha usado sob a roupa se dividiu entre uma blusa de manga curta e ceroulas. Em 1913, a Marinha americana adotou camisetas brancas de jérsei, com gola careca, para serem usadas sob os uniformes, e o Exército logo aderiu – assim desenvolveu-se o formato da camiseta em T. Na década de 1950, essa peça de roupa íntima adquiriu status subversivo quando mostrada por rebeldes de Hollywood, como Marlon Brando e James Dean. Desde então, sua popularidade aumentou, sendo usada sem restrições” (ANGUS; BAUDIS; WOODCOK, 2015, p. 104).

Quadro 1 – Busca do termo *t-shirt* no *Grande dicionário Houaiss* e no *Dicionário de moda*

Fonte: Elaborado pelos autores.

Dessa maneira, ao seguirmos os critérios postulados, conferimos que o item terminológico *t-shirt* não é um neologismo. De modo contrário, a combinação *t-shirt antiviral* não aparece nos resultados do *Trends*, conforme apresenta a segunda figura. Além do mais, não nos deparamos com uma entrada para essa composição sintagmática nas obras de consulta, o que nos indica que estamos diante de um item neológico. Portanto, prosseguimos ao próximo tópico para discutirmos os dados inventariados.

4. Um percurso pelos neologismos da moda antiviral

Os saberes científicos estão repartidos em campos e disciplinas especializadas, as quais progridem continuamente, consoante Cabré (2015). A partir dos pressupostos da autora mencionada, entendemos que os domínios de especialidades evoluem conforme a sociedade se desenvolve, pois eles refletem os pensamentos dos sujeitos ao longo do tempo e, igualmente, os acontecimentos que ocorrem no círculo social. É preciso reforçar isso porque a moda é alterada mediante o cenário a que pertence, conforme lemos a seguir:

Ditada pelas circunstâncias, surge uma nova forma de viver, que tende a modificar os hábitos de vestuário em curso para impor um estilo apropriado à época. Embora a alta costura sobreviva no seu ritmo próprio de coleções, é incapaz de se isolar completamente do ambiente e se adapta à sua maneira (Veillon, 2004, p. 72).

De outra forma, a moda acompanha as transformações sociais, já que estas sempre impõem algo novo ao ambiente. Por essa razão, o domínio dos vestuários, acessórios e estilos se desenvolvem durante as crises que rodeiam a sociedade como um todo, bem como refletem a mudança de comportamento dos sujeitos que está em constante metamorfose. Isto posto, consideramos que a renovação desse âmbito é sentida também no léxico, o qual intenta denominar as novidades da área.

Um modo de apresentar a adaptação da moda em momentos de crise, sobretudo sua adequação terminológica, é analisando-a em meio ao contexto pandêmico. Assim, abaixo mostramos a ferramenta *Words*, do programa de análise linguística *LanCSBox*, utilizada para verificarmos a recorrência dos termos no *corpus*. Vale destacar que o mecanismo citado nos forneceu uma lista das unidades especializadas usadas na coleção *Care: antiviral*, veja abaixo:

Corpus	Frequency	Dispersion	Type
Corpus 1	Frequency: 01 - Freq	Dispersion: 01_CV	
antiviral	100.000000	0.000000	
pro	43.000000	0.000000	
calça	34.000000	0.000000	
fusô	19.000000	0.000000	
genderless	16.000000	0.000000	
t-shirt	16.000000	0.000000	
kids	15.000000	0.000000	
live	14.000000	0.000000	
blusa	13.000000	0.000000	
allure	12.000000	0.000000	
live!+	9.000000	0.000000	
comfy	9.000000	0.000000	
jogger	9.000000	0.000000	
bermuda	8.000000	0.000000	
camiseta	8.000000	0.000000	
slim	6.000000	0.000000	
jaqueta	6.000000	0.000000	
legging	6.000000	0.000000	
longa	4.000000	0.000000	
slain	4.000000	0.000000	
manga	4.000000	0.000000	
cropped	4.000000	0.000000	
de	3.000000	0.000000	
máscara	3.000000	0.000000	
midi	3.000000	0.000000	
saia	3.000000	0.000000	
celular	3.000000	0.000000	
shorts	3.000000	0.000000	
capa	3.000000	0.000000	
curve	1.000000	0.000000	
bag	1.000000	0.000000	
multi	1.000000	0.000000	
top	1.000000	0.000000	

Figura 3 – Lista das unidades terminológicas empregadas no *corpus*
Fonte: Elaborada pelos autores.

De acordo com as informações fornecidas pelo *software*, nosso *corpus* é composto por trezentos e oitenta e nove (389) termos. Com intenção de delimitarmos o debate, iremos nos ater aos termos *antiviral* e *pro*, posto que estes são os mais frequentes na lista acima, respectivamente, cem (100) e quarenta e três (43) ocorrências.

Com intenção de anteciparmos algumas informações, destacamos que coletamos trinta e oito (38) neologismos terminológicos durante a coleta, e observamos que todas as formações são composições sintagmáticas. Tal processo ocorre “quando os membros integrantes de um segmento frasal encontram-se numa íntima relação sintática, tanto morfológica quanto semanticamente, de forma a constituírem uma única unidade léxica”, conforme afirma Alves (2007, p. 50). Em outras palavras, o composto sintagmático se caracteriza pelo conjunto de unidades lexicais postas em um elemento frasal que, juntas, emitem um conceito específico.

No campo terminológico, é recorrente o uso de compostos sintagmáticos, segundo Alves (2007). Em função disso, Barros (2004) reflete que uma forma de identificar esse processo é observando se a sequência frasal está designando alguma concepção técnico-científica. Isto é,

A existência de uma definição especializada para o sintagma analisado é outro critério importante na avaliação do grau de lexicalização de um termo sintagmático. A pergunta que se deve fazer ao se aplicar tal critério é: a sequência sintagmática em questão designa um conceito particular? Se a resposta for afirmativa, essa sequência é um termo sintagmático (Barros, 2004, p. 103).

Os dados a serem discutidos adiante denominam os vestuários e acessórios da coleção, e, nesse sentido, notamos que estes foram definidos via compostos sintagmáticos. A título de conhecimento, as composições sintagmáticas podem variar de tamanho, sendo assim, elas são unidades terminológicas poliléxicas, entendidas por Costa e Alves (2020, p. 17) como aquelas “constituídas por duas ou mais unidades léxicas”. Dessa maneira, nossos resultados serão apresentados à frente:

a) Composições sintagmáticas formadas a partir do termo *antiviral*:

Os dicionários de língua geral definem *antiviral* como uma espécie de medicação ou algo que tenta evitar a contaminação por um vírus. No *Grande dicionário Houaiss* (2021), o termo aparece da seguinte forma: “que imuniza ou atua contra vírus”. Esta obra, portanto, indica que o item terminológico é usado no campo da Biologia e Farmacologia, enquanto o *Aulete digital* (2021) conceitua a unidade como “[...] substância que combate vírus”, atrelando-a à Medicina.

Pesquisamos no domínio da Virologia um conceito mais específico de *antiviral*, no qual encontramos o seguinte: “os antivirais podem ser utilizados profilaticamente, com o intuito de impedir a instalação de uma infecção viral”, consoante Wigg (2015, p. 319). Mediante este breve percurso, compreendemos que o item *antiviral* é empregado no campo da saúde, de um modo geral, como uma espécie de medicamento que intenta prevenir uma infecção causada por um vírus.

No campo da moda, o termo é usado para designar *tecidos antivirais* que visam “neutralizar diversas bactérias e vírus, inclusive os envelopados, como os da Covid-19, Sars, Mers, influenza e herpes”, conforme dissertam Guimarães, Silva e Russo (2021, p. 1594). Em ambos os domínios, Moda e saúde, a unidade é usada com o sentido de proteção. Porém, é inegável que *antiviral* usualmente pertence à área da saúde e, que o âmbito das vestimentas o incorporou para criar peças que aspiram defender os usuários dos vírus existentes.

Humbley diz que:

Novas terminologias são formadas a partir de terminologias em campos existentes. Uma vez que um novo domínio é construído a partir do conhecimento existente, ele próprio colocado em domínios estabelecidos, é o vocabulário desses setores que constitui o ponto de partida para a neologia⁹ (Humbley, 2009, p. 05, tradução nossa).

De acordo com o excerto apresentado, existem neologismos terminológicos que são criados por intermédio de termos correntes de outras esferas de especialidade. Um exemplo disso seriam as unidades terminológicas que surgiram na moda pelo item *antiviral*. Para apresentarmos nossos dados, lançamos mão da ferramenta *GraphCool* do *LancsBox*, que cria simultaneamente uma lista e um gráfico de colocações, os quais

⁹ «Les terminologies nouvelles sont formées à partir des terminologies des domaines existants. Puisqu'un nouveau domaine est construit à partir de connaissances existantes, elles-mêmes placées dans des domaines établis, c'est le vocabulaire de ces secteurs qui constitue le point de départ pour la néologie» (Humbley, 2009, p. 05).

assinalam, especificamente, a posição em que a unidade é mais usada, ou seja, se no começo, meio ou fim. Vejamos a seguir a posição de *antiviral* no gráfico:

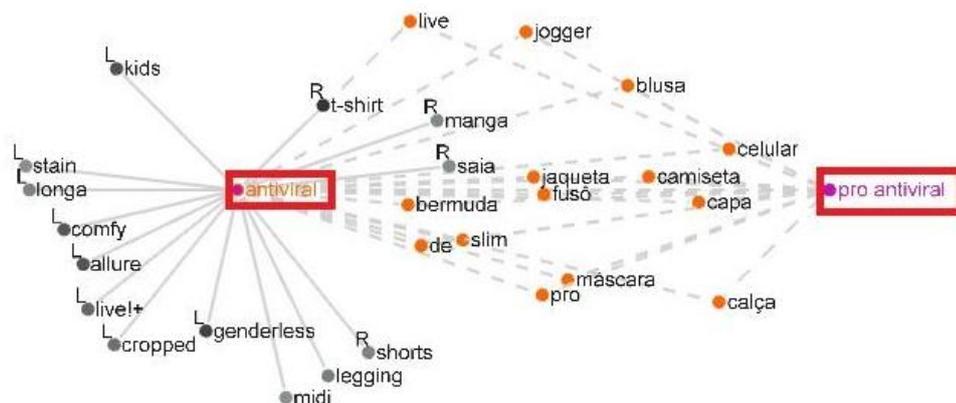


Figura 4 – Posição de *antiviral* nos nomes das peças
Fonte: Elaborada pelos autores.

Segundo o gráfico criado pelo *software*, o termo *antiviral* aparece sempre ao final dos nomes, posição direita, ao passo que unidades como *t-shirt*, *manga*, *blusa* e outras precedem tal item terminológico. Outro ponto a ser levantado é que o gráfico de colocações indicou que *antiviral* é empregado isoladamente, e, em alguns casos, acompanhado de *pro*, tornando-se *pro antiviral*. Diante disso, nesse momento, atentaremos apenas para as unidades formadas a partir de *antiviral*, as quais estão dispostas no quadro abaixo:

Neologismos formados com duas unidades	Neologismos formados com três unidades	Neologismos formados com quatro unidades	Neologismos formados com cinco unidades	Neologismos formados com seis unidades
<i>T-shirt antiviral</i>	<i>Shorts comfy antiviral</i>	<i>Calça jogger comfy antiviral</i>	<i>Calça fusô live! stain antiviral</i>	<i>Calça fusô live! stain light antiviral</i>
	<i>Jaqueta genderless antiviral</i>	<i>Saia midi comfy antiviral</i>	<i>Calça fusô pro LIVE!+ antiviral</i>	<i>Calça fusô reversible stain graphic antiviral</i>
	<i>T-Shirt cropped antiviral</i>	<i>Calça fusô stain antiviral</i>	<i>Calça fusô allure LIVE!+ antiviral</i>	
	<i>T-shirt genderless antiviral</i>	<i>Blusa manga longa antiviral</i>	<i>Camiseta LIVE! genderless kids antiviral</i>	
	<i>Blusa LIVE! antiviral</i>	<i>Calça fusô allure antiviral</i>	<i>Calça jogger pro kids antiviral</i>	
	<i>Bermuda allure antiviral</i>	<i>Blusa pro LIVE!+ antiviral</i>	<i>Calça legging allure kids antiviral</i>	

	<i>Bermuda genderless antiviral</i>	<i>Camiseta manga longa antiviral</i>		
	<i>Camiseta LIVE! antiviral</i>	<i>T-shirt genderless kids antiviral</i>		
	<i>Jaqueta genderless antiviral</i>			

Quadro 2 – Neologismos terminológicos formados por *antiviral* na coleção

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao todo, computamos vinte e seis (26) composições sintagmáticas criadas por *antiviral*. Encontramos também alguns padrões de formação, concernentes à quantidade de unidades do sintagma, os quais variaram de duas a seis lexias. No caso de *t-shirt antiviral*, única ocorrência com dois itens, encontramos o padrão substantivo + adjetivo (S+A).

As composições sintagmáticas criadas a partir de três termos seguem o arquétipo substantivo + adjetivo + adjetivo (S+A+A). O primeiro adjetivo tem função de classificar o substantivo em um estilo, forma ou marca; já o segundo qualifica a peça como *antiviral*, como discutimos à frente: *i)* em *blusa allure antiviral*, o empréstimo¹⁰ *allure* é empregado como um adjetivo, o qual indica que o vestuário se adequa a um estilo elegante; *ii)* em *t-shirt cropped antiviral*, o estrangeirismo¹¹ *cropped*, em vias de lexicalização, é usado para assinalar o corte curto da camiseta; *iii)* em *blusa live! Antiviral*, visualizamos o nome da marca adjetivando o substantivo *blusa*, com a intenção de delimitar que o referido modelo é próprio da marca.

Antes de prosseguirmos com os outros compostos sintagmáticos, há a necessidade de discutir dois termos usados nos sintagmas debatidos, sendo eles: *allure* e *cropped*. No que tange o primeiro, estamos diante de um galicismo, já dicionarizado no *Grande Dicionário Houaiss*, como: “1 modo de andar, de mover; 2 maneira de uma pessoa apresentar-se ou comportar-se; modo de uma coisa afigurar-se; 2.1 elegância, distinção, classe”. Nesse caso, a unidade lexical citada é um empréstimo que se encontra lematizado nos dicionários de língua. De modo oposto a esse item, destacamos que não localizamos uma entrada para *cropped* nos dicionários consultados. Por sua vez, o *Google Trends* indica-nos a crescente popularidade do termo desde meados de 2011/2012, sendo, até o momento, bastante buscado, o que aponta para uma possível integração do estrangeirismo em novas obras de língua geral ou especializada.

Em nossa visão, os itens terminológicos *comfy* e *genderless* estão associados à pandemia da Covid-19, por designarem estilos mais confortáveis. Então, levantamos a hipótese de que este tipo de vestuário esteve em alta durante a quarentena, porque os usuários estavam em isolamento social diretamente de suas residências e, conseqüentemente, não necessitavam de vestimentas desconfortáveis ou mais ajustadas ao corpo, visto que os itens enquadrados nesses estilos são mais soltos. Arruda (2021),

¹⁰Item lexical da língua geral ou especializada adotado de outro idioma, mas que se encontra fixado no repertório lexical da língua importadora. Normalmente, o empréstimo já está dicionarizado (Alves, 2007).

¹¹ Unidade recém-importada de outro sistema linguístico (Alves, 2007).

em uma reflexão sobre como a moda não será a mesma após a pandemia, disserta para o blog *Universa* do site *UOL* que:

Não é à toa que temas como bem-estar, conforto e leveza ainda estão entre as grandes apostas para 2021. Mesmo que muita gente já esteja cansada de vestir moletom largadão ou roupas com cara de pijama do namorado. *O Comfy segue em alta, quebrando padrões em formas amplas e silhueta genderles (ou unissex). E promete surgir de cara nova em looks práticos para todas as ocasiões dentro do 'novo normal'* (Arruda, 2021, site, *grifos nossos*).

Testemunhamos, a partir da fala da colunista, que *comfy* e *genderless* são estilos que estiveram e, ainda, estão em alta durante a pandemia do novo coronavírus. Ambos os itens terminológicos são estrangeirismos importados do inglês norte-americano, evidenciamos: *a) o comfy de confortável* para as vestimentas mais soltas no corpo que, conseqüentemente, prezam pelo conforto; *b) o genderless de sem gênero* traz essa ideia de roupas que podem ser consumidas por sujeitos de qualquer gênero.

Prosseguimos, então, com os compostos sintagmáticos constituídos por quatro unidades que seguiram a forma substantivo + adjetivo + adjetivo + adjetivo (S+A+A+A), em que o primeiro adjetivo designa a modelagem da peça, como em *calça jogger comfy antiviral* para a calça com elástico no tornozelo e *saia mídi comfy antiviral* para a saia com extensão até o tornozelo. A respeito do estilo, destacamos um caso em que ele aparece no segundo adjetivo, a saber: *t-shirt genderless kids antiviral*; nas outras unidades terminológicas, o terceiro adjetivo dita o estilo do item do vestuário, a exemplo de *calça fusô allure antiviral*. Entretanto, há casos em que parte da forma da peça aparece posicionada na terceira posição (*blusa manga longa antiviral* e *camiseta manga longa antiviral*) ou em que a estampa da vestimenta é citada nessa colocação (*calça fusô stain antiviral* – estampa manchada/tingida).

Em síntese, os sintagmas formados por cinco e seis unidades terminológicas seguem o padrão substantivo mais sequência de adjetivos que afunilam o estilo, o corte e, às vezes, a marca da peça, mas sempre ao final aparece o termo *antiviral* atestando que essas vestimentas prezam por uma proteção contra o coronavírus. Neves (2018), com relação aos adjetivos, assevera que eles têm a função de qualificar alguma unidade lexical, mas, simultaneamente, há aqueles que podem tipificar ou subclassificar determinados itens lexicais.

A autora menciona ainda que o texto técnico-científico, incluso aquele presente em um suporte semiespecializado, pode “abrigar fartamente a adjetivação, tanto para qualificação como para tipificação, ou seja, para a simples (sub)classificação” da unidade (Neves, 2018, p. 285). Ao refletirmos sobre os dados expostos até o momento, observamos que os adjetivos usados no sintagma carregam esta função de classificar os produtos da coleção. Diante disso, avançamos com o nosso debate, expondo a combinação *pro antiviral* que, semelhantemente, formou outras composições sintagmáticas nas designações da coleção.

b) Composições sintagmáticas formadas a partir de *pro antiviral*

Fundamentados no *GraphCool*, figura quatro, do *LancsBox*, observamos a posição de *pro antiviral* nos sintagmas, o qual apareceu fixado ao final deles, de maneira semelhante ao termo *antiviral*, analisado anteriormente. No tocante a essa combinação, sublinhamos que *pro* é referente a *proteção*, ou seja, trata-se de uma abreviação usada com o propósito de ressaltar a tecnologia dos tecidos da coleção, que propõe trazer uma *proteção antiviral*.

O processo de abreviação é concebido, neste estudo, a partir dos pressupostos teóricos de Alves (2007), para quem esse recurso pode ser entendido mediante redução da parte final de uma determinada unidade lexical. Nas palavras da teórica, “a formação de palavras pelo processo da truncação constitui um tipo de abreviação em que uma parte da sequência lexical, geralmente a final, é eliminada” (ALVES, 2007, p. 68). Tendo dito isso, adiante apresentamos os termos formados por *pro antiviral*:

Neologismos formados com três unidades	Neologismos formados com quatro unidades	Neologismos formados com cinco unidades
<i>Bermuda pro antiviral</i>	<i>Blusa live! pro antiviral</i>	<i>Calça fusô live! pro antiviral</i>
<i>Camiseta pro antiviral</i>	<i>Blusa slim pro antiviral</i>	<i>Capa de celular pro antiviral</i>
<i>Máscara pro antiviral</i>	<i>Calça fusô pro antiviral</i>	
<i>Bolsa pro antiviral</i>	<i>Jaqueta slim pro antiviral</i>	
	<i>Calça jogger pro antiviral</i>	
	<i>Top curve pro antiviral</i>	

Quadro 3 – Neologismos terminológicos formados por *pro antiviral* na coleção

Fonte: Elaborado pelos autores.

Somamos doze (12) unidades terminológicas no quadro acima. Em oposição aos termos formados por intermédio de *antiviral*, identificamos que estes variam entre sintagmas de três a cinco unidades. A começar pela primeira parte, verificamos o padrão S+A+A em que os itens *bermuda*, *camiseta*, *máscara* e *bolsa* aparecem adjetivados por *pro antiviral*.

Quanto aos compostos sintagmáticos criados com quatro termos, observamos, novamente, o modelo S+A+A+A. Nesses casos, o segundo adjetivo classifica o corte, a modelagem ou marca da peça, respectivamente, *blusa slim pro antiviral*, *top curve pro antiviral* e *blusa live! pro antiviral*, enquanto os últimos salientam a proteção antiviral das peças.

É relevante citarmos os anglicismos empregados nessas combinações, tal como: a) *slim* para a modelagem fina, em outros dizeres, refere-se às vestimentas mais ajustadas ao corpo; b) *curve*, a fim de nomear a forma que realça as curvas do usuário. O termo *top* também é usado na coleção e diz respeito a uma blusa curta e sem mangas, mas vale elucidar que esta unidade já se encontra dicionarizada, e, sendo assim, configura-se como um empréstimo.

Continuamos nossa discussão com as composições sintagmáticas de cinco unidades. Assim, frisamos que, neste caso, ocorrem dois padrões distintos, o primeiro S+A+A+A+A, visto em *calça fusô live! pro antiviral*; e o segundo segue a forma substantivo + preposição + substantivo + adjetivo + adjetivo (S+ prep. +S+A+A), percebido em *capa de celular pro antiviral*, o qual designa um acessório em nosso *corpus*.

Segundo Abreu (2018, p. 4), os sintagmas terminológicos “são unidades lexicais de extensão sintagmática que veiculam conceitos especializados. Tais unidades se apresentam na cadeia sintagmática como sintagmas plenos, que podem ser constituídos por diferentes arranjos estruturais”. Esses itens expressam um conteúdo especializado, e, por sua vez, apresentam diferentes padrões de formações, como observamos ao longo de nossa análise.

No excerto abaixo, compreendemos que:

A composição sintagmática nominal caracteriza-se por determinar uma ordem constante a suas unidades formadoras: à base determinada segue-se a determinante, que pode ser introduzida por uma preposição. No interior do sintagma, os componentes do item léxico conservam as relações gramaticais características da classe a que pertencem (Alves, 2007, p. 50).

De fato, os neologismos da moda antiviral analisados neste estudo seguem a ordem citada pela autora, uma vez que os substantivos são determinados pelos adjetivos posteriores, os quais estendem o conceito da primeira unidade.

Sobre a relação entre léxico e moda, pautamo-nos em Orsi (2020, p. 69), para quem, “dentro da linguagem da moda, a partir de um panorama interdisciplinar, vemos que a verbalização e a catalogação de usos, estilos, peças e tendências se dá por meio do léxico”. Assim, mediante nossa investigação, notamos o quanto as mudanças desse domínio, mediadas pela Covid-19, refletiram-se no conjunto terminológico da área. A recorrência de unidades como *antiviral* e *pro antiviral* trazem tal indicação, bem como o uso de *genderless* e *comfy* nos estilos determinam essas modificações.

No campo da moda, estudiosos registram o quanto ela é renovada conforme os cenários sociais se alteram, seja por uma alteração de comportamento dos sujeitos, seja pela política, cultura e, agora, por uma pandemia. Exteriorizamos isso, respaldados no excerto abaixo:

Uma vez, Luís XIV afirmou que ‘a moda é o espelho da história’. Não podemos negar. Conforme se alteram os cenários do nosso mundo, a moda muda. Não há nada que esteja acontecendo hoje que não possa influenciar a maneira de vestir das pessoas. E a história da vestimenta pode nos fornecer uma visão panorâmica da importância que o vestuário assumiu ao longo do tempo e de como a cultura predominante em cada momento o influenciou (Embacher, 1999, p. 27).

Fundamentados nessa fala, depreendemos que a moda acompanha e retrata toda a evolução sociocultural. Para Embacher (1999), se acompanharmos a variação de vestimentas, adornos e estilos ao longo da história compreendemos como cada cultura influenciou esta área de especialidade. A nosso ver, a constante metamorfose dessa esfera

atinge diversos níveis como a identidade dos sujeitos, o modo de consumo, mas, sem sombra de dúvidas, o léxico, pois ele etiqueta essa frequente transmutação.

5. Conclusão

Na análise empreendida, constatamos que os termos *antiviral* e *pro antiviral* são usados na coleção da marca digital *Live!* como adjetivos classificadores, os quais categorizam as peças e acessórios com a tecnologia de proteção contra vírus, como a Covid-19. Nesse sentido, essas unidades terminológicas formaram trinta e oito (38) neologismos sintagmáticos que seguiam um certo padrão de formação, uma vez que primeiro ocorre o substantivo, posteriormente, os adjetivos que classificam e qualificam os itens da moda em seus estilos, modelagem, estampa, marca e, por fim, salientam a tecnologia antiviral da coletânea.

À vista desses resultados, visualizamos e documentamos que a crise sanitária da Covid-19 atingiu outros setores além da saúde e da economia, mas também a esfera da moda, especialmente, a terminologia usada nesse meio. Em paráfrase a Barros (2004), consideramos o quanto os âmbitos técnicos-científicos sofrem alterações que, por sua vez, estão ligadas a novas descobertas, novas tecnologias ou fatores socioculturais e naturais, a exemplo da própria pandemia. Por esse prisma, a terminologia dos domínios de especialidade muda em consonância com as suas áreas e, geralmente, renovam-se por meio de neologismos terminológicos.

Como a moda é um campo sazonal, é comum que esta tenha uma considerável recorrência de neologismos, tendo em perspectiva que eles surgem para designar a evolução linguístico-social, a qual se encontra em constante progresso (LINO, 2019). Por esse prisma, constatamos, pelos nossos dados, as criações terminológicas em uso na coleção, as quais não se limitaram apenas às composições sintagmáticas, uma vez que contamos, em quantidade menores, outros processos como o emprego de estrangeirismos nos estilos ou nas formas das vestimentas (*genderless*, *comfy*, *slim*, *curve* e outros), os empréstimos (*top* e *allure*) e a abreviação de *proteção* (*pro*).

Esta variedade de processos encontrados no *corpus* expõe o caráter inovador da própria moda, que faz uso de recursos linguísticos distintos para se atualizar. Além disso, outro ponto a ser ressaltado é a aplicação do termo *antiviral* no campo das vestimentas, especialmente nos tecidos, tomando por base que tal unidade é mais usual na esfera da saúde, sobretudo na Virologia. Por assim dizer, o presente trabalho abre possibilidade para novas propostas de estudo que possam levar em conta a adoção do item terminológico *antiviral* na moda, talvez, investigando a extensão de sentido causada a partir desse contexto pandêmico.

De modo geral, frisamos a relevância desta pesquisa e, ao mesmo tempo, esperamos que ela possa contribuir com outras que objetivam coletar, analisar e documentar os neologismos que surgiram durante o impacto da Covid-19. No tocante à esfera da moda, almejamos que este trabalho auxilie também como uma documentação da área neste momento, e, similarmente, para um maior conhecimento de como a terminologia dessa área é constituída e renovada.

Referências bibliográficas

- Abreu, P. de. (2018). Considerações sobre a natureza colocacional e locucional de sintagmas terminológicos. *ReDILLeT*, vol. 1 (nº1), pp. 1-15.
- Alves, I. M. (2016). Contribuições para a metodologia do trabalho em neologia terminológica: o corpus de exclusão. Em Catalá, S. Á. & Barité, M. (Org.). *Teoría y praxis en terminología*. (pp. 103-112). Montevideo: Ediciones Universitarias, Unidad de Comunicación de la Universidad de la República.
- Alves, I. M. (2015). Apresentação. Em Alves, I. M. y Pereira, E. S. (Org.). *Neologia das línguas românicas* (pp. 15-20). São Paulo: Humanitas: CAPES.
- Alves, I. M. (2007). *Neologismo: criação lexical*. São Paulo: Ática, 2007. (Série Princípios)
- Alves, I. M. (2004). A unidade lexical neológica: do histórico-social ao morfológico. En Isquierdo, A. N. y Krieger, M. da G. (Org.). *As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia, terminologia* (pp. 77-87). Campo Grande: Ed. UFMS.
- Alves, I. M. y Maroneze, B. (2018). Neologia: histórico e perspectivas. *GTLex*, vol. 4 (nº 1), pp. 05-32.
- Angus, E., Baudis, M. y Woodcock, P. (2015). *Dicionário de moda*. Tradução de Erbetta, G., Debasse, J. & Gouveia, J. São Paulo: Publifolha.
- Arruda, J. (2021). Com conforto e sem gênero: como a pandemia mexerá com a moda em 2021. *Universa UOL*. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2021/01/01/como-a-pandemia-mexe-com-as-tendencias-de-moda-para-2021.htm>.
- Aulete, F. J. C. y Valente, A. L. dos S. (2021). *Dicionário online Caldas Aulete*. Lexikon Editora Digital. Disponível em: http://www.aulete.com.br/site.php?mdl=aulete_digital&op=creditos.
- Barbosa, M. A. (1981). *Léxico, produção e criatividade: processos do neologismo*. São Paulo: Global.
- Barros, L. A. (2004). *Curso básico de Terminologia*. São Paulo: Edusp.
- Barthes, R. (2009). *Sistema da moda*. São Paulo: Martins Fontes.
- Benveniste, É. (1989). *Problemas de lingüística geral II*. Campinas: Pontes.
- Boulanger, J. (1979). *Problématique d'une méthodologie d'identification des néologismes en terminologie*. Disponível em: <https://boulanger.recherche.usherbrooke.ca/document-article-boulanger-1979>.
- Biderman, M. T. C. (2001). *Teoria linguística: (teoria lexical e computacional)*. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes.
- Brezina, V., Weill-Tessier, P. y Mcenery, T. (2020). *LancsBox: version 6.0* [software]. Inglaterra: Universidade de Lancaster.
- Cabré, M. T. C. (2015). La neologia: un nou camp a la cerca de la seva consolidació científica. *Caplletra*, vol. 59, pp. 125-136.
- Crane, D. (2006). *A moda e o seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. Tradução de Coimbra, C. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- Correia, M. (1998). Neologia e Terminologia. En Mateus, M. H. y Correia, M. *Terminologia: questões teóricas, métodos e projectos*. (pp. 59-74). Lisboa: Publicações Europa-América.
- Costa, L. A. y Alves, I. M. (2020). Um estudo do termo fiscal na terminologia da economia: processos de formação e informações conceituais. *Linha D'Água*, vol. 33 (nº 1), pp. 9-29.
- Desmet, I. (2002). Néologie du portugais contemporain. En Carreira, M. H. A. C. (Org.). *Instabilités linguistiques dans les langues romanes. Travaux et Documents*. (pp. 77-100). Paris: Université Paris 8.

- Embacher, A. (1999). *Moda e identidade: a construção de um estilo próprio*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi.
- Ganança, J. H. L. (2018). Neologia e neologismos no português brasileiro: principais ideias. *GTLex*, vol. 4 (nº 1), pp. 33-53.
- Gonçalves, E. y Lopes, L. D. (2007). Ergonomia no vestuário: conceito de conforto como valor agregado ao produto de moda. Em *II Encuentro Latinoamericano de Diseño*. (pp. 1-9). Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Google trends. (2021). Veja o que o mundo está pesquisando. *Google trends*. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/?geo=BR>.
- Guilbert, L. (1975). *La créativité lexicale*. Paris: Larousse.
- Guimarães, D. C., Silva, C. C. S. y Russo, S. L. (2021). Um estudo de prospecção tecnológica de patentes sobre tecidos antivirais. Em *International Symposium on Technological Innovation*. (pp. 1591-1600). Aracaju: Universidade Federal de Sergipe.
- Houaiss, A. (2021). *Grande dicionário Houaiss*. Disponível em: <https://houaiss.uol.com.br/>.
- Humbley, J. (2009). La terminologie française du commerce électronique, ou comment faire du neuf avec de l'ancien. Em *V Journée Scientifique Realiter (Terminologie et plurilinguisme dans l'économie internationale)*. (pp. 04-15). Milão: Università Cattolica del Sacro Cuore.
- Jesus, A. M. R. de. (2021). Princípios metodológicos para a detecção de neologismos da comunicação digital. *Estudos Linguísticos*, vol. 50 (nº 1), pp. 243-261.
- Lino, M. T. R. da F. (2019). Neologia e neónimia em língua portuguesa: critérios de identificação. *Linha D'Água*, vol. 32 (nº 3), pp. 9-23.
- Live. (2020). Antiviral: 5 coisas que amamos na coleção LIVE! CARE. *Live*. Disponível em: <https://www.liveoficial.com.br/blog/live-care-colecao-antiviral/>.
- Martins, M. (2004). Considerações sobre os estudos de Moda: tendências e perspectivas. Em Castilho, K. *Moda e linguagem*. (pp. 17-30). São Paulo: Editora Anhembi Morumbi.
- Mattedi, M. A., Ribeiro, E. A. W., Spiess, M. R. y Ludwig, L. (2020). Epidemia e contenção: cenários emergentes do pós-Covid-19. *Estudos avançados*, vol. 34 (nº 99), pp. 283-302.
- Neves, M. H. de M. (2018). *A gramática do português revelada em textos*. São Paulo: Editora Unesp.
- Orsi, V. y Almeida, M. C. (2019). Moda e literatura no Brasil: considerações sobre o léxico do século XIX. *Caligrama*, vol. 24 (nº 2) pp. 193-207.
- Orsi, V. (2020). A Estação: considerações sobre a moda e seu léxico no século XIX no Brasil. *Revista Linguagem em Foco*, vol.12 (nº 3), pp. 67-88.
- Portal Fiocruz. (2020). Por que a doença causada pelo novo coronavírus recebeu o nome de Covid-19? *Portal Fio Cruz*. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/pergunta/por-que-doenca-causada-pelo-novo-coronavirus-recebeu-o-nome-de-covid-19>.
- Sapir, E. (1967). La mode. Em Sapir, E. *Anthropologie*. (pp. 87-92). Paris: Éditions de Minuit.
- Silva, F. M. da y Maia, J. S. da S. (2021). Neologismos na mídia em meio à pandemia da Covid-19. *Fórum linguístico*, vol. 18 (nº 2), pp. 6079-6100.
- Veillon, D. (2004). *Moda e guerra: um retrato da França ocupada*. Tradução de Telles, A. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Vilela, M. (1994). *Estudos de lexicologia do português*. Coimbra: Almedina.
- Vogue Brasil. (2020). Novas coleções trazem tecido antiviral, funcionalidades e design fashion ao look athleisure. *Vogue Brasil*. Disponível em: <https://vogue.globo.com/Wellness/noticia/2020/07/novas-colecoes-trazem-tecido-antiviral-funcionalidades-e-design-fashion-ao-look-athleisure.html>.
- Wigg, M. D. (2015). *Antivirais*. Em Santos, N. S. de O., Romanos, M. T. V. & Wigg, M. D. (Org.). *Virologia humana*. (pp. 312-400). Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

Fecha de recepción: 31/10/2021
Fecha de aceptación: 10/11/2021