

COMUNICAÇÃO EM SIMPÓSIO - AT035 - A NEOLOGIA– CONTRIBUTOS
PARA UM CONHECIMENTO LEXICAL CONTEMPORÂNEO

**NEOLOGISMOS EM TEXTOS DE ECONOMIA: AS REDUÇÕES
LINGUÍSTICAS COMO PROCESSOS DE CRIATIVIDADE LEXICAL**

Susana Maria Duarte Martins (susana.duarte.martins@fcsh.unl.pt)

As siglas e os acrónimos constituem-se como os tipos de neologia mais produtivos no âmbito das reduções linguísticas (Duarte Martins, 2004, 2015). A menor atenção que lhes é conferida nos estudos neológicos contrasta com a importância que os estudiosos atribuem aos fenómenos de siglação e acronímia enquanto responsáveis por processos de criatividade lexical nas línguas. De facto, não obstante as múltiplas propostas avançadas para a classificação da neologia lexical e terminológica, as siglas e os acrónimos surgem sempre entre as suas tipologias (Sablayrolles, 1997; Cabré, 2006; Jesus, 2018): neologia formal, sintagmática, por composição, morfológica, sintática, morfossintática, produção autóctone, a partir de elementos existentes ou como tipologia independente.

A análise de textos da imprensa económica permite-nos identificar casos paradigmáticos de reduções de base acronímica, em particular, empréstimos da língua inglesa correspondentes a acrónimos motivados (Percebois, 2001), responsáveis pela disseminação de estereótipos discriminatórios (países PIGS, GIPSI, STUPID) ou com conotações positivas (BRICS, EAGLEs), a espelhar o comportamento económico de várias nações. Outrora associada a acrónimos pejorativos, a economia portuguesa viu crescer a sua credibilidade, não apenas entre as agências de rating internacionais, mas pela associação do então

ministro das Finanças ao maior futebolista português, sendo este apelidado de “Ronaldo do ECOFIN” (Economic and Financial Affairs Council) pelo seu homólogo alemão. Por outro lado, as mudanças rápidas a que siglas e acrónimos se veem sujeitos podem ter efeitos nefastos por força do seu desconhecimento, como sucedeu com o político português Fernando Negrão que, em fase de eleições (2007), confundiu o extinto IPPAR (1992-2006) com o subsequente IGESPAR (2006-2011), atualmente DGPC. Estes exemplos ilustram o impacto que os fenómenos de siglação e acronímia exercem sobre a imagem de indivíduos, entidades ou nações, manifestando a sua elevada capacidade de criação de neologismos, sobretudo sob a forma de acrónimos com fins irónicos ou humorísticos.