

TÉCNICAS DE JOGO DE LINGUAGEM NA MÍDIA DE MASSA: O USO DE OCASIONALISMOS EM TEXTOS PÚBLICOS

TÉCNICAS DE JUEGO DE IDIOMAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: EL USO DE OCASIONALES EN TEXTOS PÚBLICOS

LANGUAGE PLAY TECHNIQUES IN MASS MEDIA: THE USE OF OCCASIONALISMS IN PUBLICISTIC TEXTS

Elena BRICHENKOVA¹
Oksana BUTSKAYA²
Inna PAKHOMOVA³

RESUMO: O artigo analisa occasionalismos gráficos criados por meio dos instrumentos gráficos do jogo de linguagem. O material para o estudo inclui as novas formações extraídas dos textos do discurso publicitário moderno em língua russa. O material estudado mostra que a capitalização como uma das técnicas de jogo da linguagem gráfica está amplamente representada nos textos dos meios de comunicação de massa. A novidade do estudo reside no fato de que, diferentemente de outras obras, examina occasionalismos gráficos modernos formados pela combinação de maiúsculas e outros métodos de jogo gráfico: policodificação, reduplicação, holofrase e as técnicas associadas à divisão da palavra usual de maneiras diferentes. O material prático permite a análise da situação linguística da época atual.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso publicitário. Mídia de massa. Jogo de linguagem. Formas de transformação gráfica. Occasionalismo gráfico. Capitalização.

¹ Universidade Kyung Hee, Deogyeong-daero – República da Coreia. Doutorado (c). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3252-332X>. E-mail: elena102000@mail.ru

² Universidade Linguística Estatal de Moscou. Moscou – Rússia. Doutorado (c). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0811-5262>. E-mail: obutskaya@list.ru

³ Universidade da Amizade dos Povos da Rússia. Moscou – Rússia. Doutorado (c). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3838-5888>. E-mail: i.pakhomoffa@mail.ru

RESUMEN: *El artículo analiza los occasionalismos gráficos creados a través de los instrumentos gráficos del juego del lenguaje. El material para el estudio incluye las nuevas formaciones tomadas de los textos del discurso publicitario moderno en lengua rusa. El material estudiado muestra que la capitalización como una de las técnicas de juego del lenguaje gráfico está ampliamente representada en los textos de los medios de comunicación de masas. La novedad del estudio radica en que, a diferencia de otros trabajos, examina occasionalismos gráficos modernos formados mediante la combinación de mayúsculas y otros métodos de juego gráfico: polycodificación, reduplicación, holofrasis y las técnicas asociadas a la división de la palabra habitual. En maneras diferentes. El material práctico permite analizar la situación lingüística del momento actual.*

PALABRAS CLAVE: *Discurso publicitario. Medios de comunicación. Juegos de lenguaje. Modos de transformación gráfica. Occasionalismo gráfico. Capitalización.*

ABSTRACT: *The article analyzes graphic occasionalisms created through the graphic instruments of language play. The material for the study includes the new formations taken from the texts of the modern Russian-language publicistic discourse. The studied material shows that capitalization as one of the techniques of graphic language play is widely represented in the texts of mass media. The novelty of the study lies in the fact that, unlike other works, it examines modern graphic occasionalisms formed through the combination of capitalization and other methods of graphic play: polycodification, reduplication, holophrasis, and the techniques associated with the division of the usual word in different ways. The practical material allows for the analysis of the linguistic situation of the present period of time.*

KEYWORDS: *Publicistic discourse. Mass media. Language play. Ways of graphic transformation. Graphic occasionalism. Capitalization.*

Introdução

A linguagem do discurso publicitário distingue-se por sua natureza social, e as mudanças sociais levam a transformações perceptíveis nele. Essas mudanças se manifestam no conteúdo e nos planos formais da linguagem. V.G. Kostomarov (2005) observa a mudança do gosto linguístico da sociedade russa moderna, que se forma em um choque dos princípios opostos – a aspiração simultânea à liberdade e ao coloquialismo deliberado.

Seguindo T.G. Dobrosklonskaia (2005), pelos meios de comunicação de massa, entendemos a totalidade dos meios técnicos, das organizações públicas e dos recursos humanos envolvidos na distribuição em massa de informações, nas comunicações de massa. A análise do conceito de mídia de massa revela as abordagens estreitas e amplas a ele. De acordo com a abordagem estreita, os meios de comunicação de massa incluem os principais tipos de mídia de massa: a imprensa, o rádio e a televisão. Aderindo à abordagem ampla, atribuímos ao cinema de massa, publicação de livros, gravações de som e vídeo, novas tecnologias de computadores (Internet), publicidade, textos de vídeo, teletextos, outdoors e painéis e centros de vídeo doméstico que combinam televisão, telefone, computador e outras linhas de comunicação. Em um sentido amplo, todos os tipos de mídia de massa estão unidos por sua orientação sobre o público, acessibilidade a um grande número de pessoas e a natureza corporativa da produção e distribuição de informações. A mídia se esforça para alcançar a interatividade entre os comunicadores.

Métodos

A expressividade e o impacto emocional sobre o leitor são alcançados no discurso publicitário através do uso do jogo de linguagem. A própria noção de jogo de linguagem é ambígua.

O jogo de linguagem denota uma situação em que o autor "brinca" com a forma da fala. A atitude livre em relação à forma é regulada pela função estética (ZEMSKAIA, 2021). O jogo de linguagem também é interpretado como um uso não canônico da linguagem, que permite ao falante mostrar suas habilidades criativas e expressar sua personalidade linguística única destacando-se de outros falantes (GRIDINA, 2008).

O jogo de línguas segue as seguintes regras: 1) a presença dos participantes da comunicação (o destinador e o destinatário); 2) a presença de instrumentos linguísticos utilizados pelos participantes na comunicação; 3) a presença das regras do jogo; 4) familiaridade e concordância dos participantes da peça com suas condições; 5) o comportamento dos participantes do jogo de acordo com o acordo. Se um dos participantes da comunicação não dominar totalmente as regras especificadas da peça, pode haver uma falha comunicativa. Assim, o jogo de linguagem bem-sucedido pressupõe uma comunhão comunicativa do destinatário e do destinador, na qual o destinatário pode esperar que sua criação de palavras, ou seja, uma nova formação ocasional criada através da transformação de um fenômeno usual, seja compreendida.

O jogo de linguagem reflete o pensamento criativo e fora do padrão de uma pessoa. Manifesta-se numa violação significativa das normas literárias e dos estereótipos linguísticos. O jogo de linguagem é realizado em diferentes níveis de linguagem: fonético, gráfico, morfológico e formação de palavras. Neste estudo, consideraremos as peculiaridades do tipo gráfico de jogo de linguagem.

Resultados e discussão

O presente estudo interpreta a capitalização pela definição oferecida por Iliasova e Amiri (2015) como um tipo de jogo gráfico realizado por meio de uma alternância incomum de letras minúsculas e maiúsculas mal motivadas ou desmotivadas.

Esse realce gráfico específico de um segmento em uma palavra pode ser realizado em um segmento de comprimento variável. A esse respeito, devemos mencionar a classificação das variedades estruturais de capitalização proposta por S.V. Iliasova e L.P. Amiri (2015), à qual também aderimos. O material analisado demonstra que a capitalização pode ser realizada em um segmento composto por: 1) uma letra: mUchenie s pelenok (uchenie s pelenok [aprendendo desde o berço] + muchenie [tortura]), 2) duas letras: SamoKAlechenie (samolechenie [automedicação] + samokalechenie [automutilação]), 3) três letras: bEDA na skoruiu ruku (eda na skoruiiu ruku [fast food] + beda [problema]), 4) quatro letras: Saakashvileva poBEDA (Saakashvileva pobeda [vitória de Saakashvili] + beda [problema]), 5) cinco letras: delo PRINTSipa (impressões [príncipe] + printsip [princípio]), 6) seis letras: Sbitye nasTROIKI (sbitye nastroiiki [configurações confusas] + troiki [três]), 7) sete letras: besPROSVETnye kartinki (besprosvetnye kartinki [imagens sem esperança] + prosvet [iluminação]), 8) a palavra completa, exceto por uma letra nela: SEMia (sem [sete] + semia [família]).

A capitalização também pode ser caracterizada pela localização do segmento destacado:

1) a parte destacada localizada no início absoluto da palavra: VUZniki s diplomami (sobreposição das palavras VUZ [instituição de ensino superior] e vypuskniki s diplomami [diplomados com diplomas]),

2) o segmento destacado localizado no meio da palavra: BespriMERnye skandaly (besprimernye skandaly [escândalos sem precedentes] + mer [prefeito]),

3) a posição das letras destacadas no final absoluto da palavra: *Deti plagiADA* (*deti plagiata* [filhos do plágio] + ad [inferno]).

O material empírico coletado dá razão para concluir que, no momento, os jornalistas empregam cada vez mais a técnica de capitalização destacando várias letras em uma palavra usual e não uma. Vamos dar alguns exemplos:

- **StRaSHuToCHki** (Neposedá, agosto de 2021) – uma sobreposição das palavras *strashnyi* [assustador] e *shutochki* [piadas] com letras maiúsculas alternadas,

- **SKaZKa** (Moskovsky Komsomolets (MK), 20 de janeiro de 2022) – acentuação desmotivada de vogais com letras minúsculas contra letras maiúsculas em uma palavra usual *skazka* [conto de fadas],

- **SMIrotvorets** (Argumenty i Fakty (AIF), 25 de dezembro de 2021) – uma sobreposição da abreviatura *SMI* [mass media] e da palavra *mirotvorets* [pacificador],

- **STOlichnost** (AIF, 25 de dezembro de 2021) – uma sobreposição das palavras *sto* [cem] e *lichnost* [pessoa] brincando com o lexema *stolichnyi* [metropolitano].

Além de destacar o segmento alternando letras minúsculas e maiúsculas, a paleta de cores também pode ser usada para esses fins.

Considere o título do artigo **SEMia ... ILI TRIia** (AIF, 22 a 28 de setembro de 2021) falando sobre o problema da família na Rússia. A letra *IA* nas palavras *SEMia* e *TRIia* é destacada com vermelho, enquanto os segmentos *SEM* e *TRI* são escritos com letras maiúsculas. O lexema *IA* na língua russa é um pronome pessoal que denota o próprio eu do falante (Ozhegov, Shvedova, 1992). Neste caso, *IA* também se refere a um membro da família, de modo que a palavra *SEMia* implica uma família de sete pessoas (que é o número de membros da família característico de tempos mais antigos), e, por analogia, o ocasionalismo *TRIia* denota uma família composta por três pessoas (o número de pessoas em uma família típica do presente).

O uso desta técnica concentra a atenção do leitor nos problemas associados à queda no número de casamentos na Rússia e à diminuição da taxa de natalidade no país.

O destaque de um segmento de uma palavra usual pode ser acompanhado pela adição de letras ou sua remoção, resultando em ocasionalismos que são preenchidos com significado adicional e têm grande expressividade. Por exemplo, o título do artigo **LaifZHKKHak** brinca com a palavra *laifkhak* [lifehack] adicionando a ele as letras consonantais *ZH* e *KH*. A palavra *laifkhak* [lifehack] emprestada da língua inglesa (life hacking) é um neologismo que significa conselhos ou truques úteis e práticos que ajudam a economizar tempo ou dinheiro. O segmento *ZHKKH* destacado na palavra *laifZHKKHak* é a abreviação de *zhilishchno-kommunalnoe khoziaistvo* [engenharia municipal]. Criando o ocasionalismo, o autor combina os significados das palavras *laifkhak* [lifehack] (que significa *truques de viver*) e *ZHKKH* (que significa *engenharia municipal*) para levar o leitor à ideia de que os fundos alocados em habitação e serviços públicos podem ser gastos com astúcia e praticidade para diferentes propósitos (*LaifZHKKHak: Kak Konstantin Tsitsin i ego komanda zhivut s milliardov vydeliaemykh iz biudzheta na kommunalku* [LifeZHKKHack: Como Konstantin Tsitsin e sua equipe vivem dos bilhões alocados do orçamento para serviços comunitários] (NASHA VERSIA, 2021).

Notavelmente, alguns ocasionais gráficos já se tornaram modelos bem estabelecidos. Em particular, os jornalistas usam ativamente um neologismo como **EdRo** e seu derivado **EdRoNYI**, no qual a ênfase gráfica nas letras maiúsculas *E* e *R* recria em memória a abreviação *ER*, que é a abreviação oficial do nome do partido "Edinaia Rossiia" (Rússia Unida). Alguns exemplos do uso desse neologismo incluem: *EdRoNOE Edinstvo* [Unidade EdRoISH] (Versiia, 2007, No 6); *Rasshcheplenie EdRa* [A Divisão de EdRo] (Versia, 2007, No 48); *Vyberi EdRo: Golosui ili...* [Escolha EdRo: Vote, ou então...] (livejournal.com); *Ministério EdRa* [Ministros EdRo] (NASHA VERSIA, 2021).

Outro neologismo usado ativamente na linguagem dos meios de comunicação de massa é *SMIrotvorcheskii* (*SMIrotvorchestvo*, *SMIrotvorets*). Essa palavra é formada pelo destaque do segmento *SMI* (mass media) na estrutura do lexema *smirotvorcheskii*, que se refere à palavra usual *mirotvorcheskii* [*manutenção da paz*] (adjetivo de *mirotvorets* [*pacificador*] denotando uma *pessoa que ajuda a terminar uma luta* (Ozhegov, Shvedova, 1992).

Vejamos alguns exemplos do uso do ocasionalismo *SMIrotvorcheskii*: *SMIrotvorcheskaia missiia zavershilas pobedoi* [*A missão midiática-pacificadora terminou em vitória*] (MILLIY FIRQA, 2010); *ZHurnalistsov Komi priglashaiut priniat uchastie v SMIrotvorcheskom konkurse* [*Os jornalistas da Komi são convidados a participar de um concurso de manutenção da paz na mídia*] (Komiinform, 14 de julho de 2015); *SMIrotvorcheskii uroven! Nasha gazeta stala pobeditelem Vserossiiskogo konkursa "SMIrotvorets-2019"* [*O nível media-peacekeeper! Nosso jornal é o vencedor do Concurso Pan-Russo "SMIrotvorets-2019"*] (Gazeta do Volga, 29 de novembro de 2019); *Dlia SMIrotvorcheskoi missii: kak mediaprostranstvo dolzhno spravliatsia s vyzovami 21 veka* [*Para uma missão de manutenção da paz da mídia: como o espaço da mídia deve lidar com os desafios do século 21*] (AIF, 25 de dezembro de 2021); *SMIrotvorcheskie sily: kakova rol zhurnalistiki v mezhnatsionalnom voprose* [*Os poderes midiáticos de manutenção da paz: qual é o papel do jornalismo na questão internacional*] (AIF, 2021).

A definição do termo capitalização fornecida acima indica que muitos desses neologismos emergem com base em uma motivação fraca incomum, no entanto, o autor também pode criar neologismos gráficos sem qualquer motivação. S.V. Iliasova (2015) observa que a verdadeira motivação é observada muito raramente, uma vez que tem um efeito expressivo fraco. Alguns exemplos incluem: *FONDovye manipuliatsii* [*manipulações do FUND*] (Izvestia, 28 de setembro de 2004); *POLITaktsii* [*POLITactions*] (AIF, 2008, n.º 28); *EtnoTok: kak ne zaputatsia v seti* [*EthnoTalk: como não se emaranhar na web*] (AIF, 25 de

dezembro de 2021). As exceções são os casos que usam antonímia, por exemplo: *NEperekhodnoi most [NONcross bridge]* (AIF, 2004, No 30); *BesPLATNAIA meditsina [PAY-free healthcare]* (AIF, 2008, n.º 38).

Na maioria dos casos, a pseudomotivação e a pseudoarticulação vêm à tona na criação do ocasionalismo gráfico. No processo de pseudo-motivação e pseudo-articulação, um novo contexto para uma palavra existente é formado e novas conexões entre as palavras são criadas. A técnica de capitalização atua como um sinal de violação intencional da norma, ao mesmo tempo em que impacta a percepção do espectador (ILIASOVA, 2015). M.F. Shatskaia observa (2013) que o aparecimento de tais unidades linguísticas é determinado pela lei da economia dos meios linguísticos: as palavras tornam-se mais curtas, mas mais semanticamente densas. A impenetrabilidade da palavra é quebrada, os limites da palavra se tornam transparentes, o princípio da "boneca matryoshka" entra em jogo: uma palavra é encerrada dentro de uma palavra, o que leva a uma maior concentração de semântica.

A mídia impressa usa amplamente neologismos gráficos criados com referências a antropônimos, topônimos, nomes de fenômenos culturais e esportivos da vida pública, abreviações, tabus e vocabulário obscuro.

Vamos dar alguns exemplos.

- *EKOnomnyi: EKOnomnyi raskhod. Banki gotovy snizhat stavki na "zelenuiu" ipoteku [Uso ECONomical. Os bancos estão prontos para cortar as taxas das hipotecas "verdes"]* (Izvestia, 1º de novembro de 2021) – uma sobreposição da palavra *eko [eco]* (abreviação de *ekologicheskii [ecológico]*) e *ekonomnyi [econômica]*, combinação dos significados dos lexemas *ecológico (ecologicamente correto)* e *econômico*;

- *EtnoTok: Zavershil rabotu mezhdunarodnyi forum mediaekspertov i blogerov "EtnoTok", organizatorom kotoroi vystupila Molodezhnaia assambleia narodov Rossii [O fórum internacional de especialistas em mídia e blogueiros*

"EthnoTalk", organizado pela Assembleia da Juventude dos Povos da Rússia, concluiu seu trabalho] (AIF, 25 de dezembro de 2021) – uma sobreposição das palavras etno [*ethno*] (abreviação de *etnicheskii [étnico]*) e o neologismo *tok [talk]*;

- *NIKAkoi: Vselennaia pobeditelei, ili NIKAkikh kompromissov [Um Universo de Vencedores, ou N[ika]o Compromissos]* (Men's Health, outubro-novembro de 2021) – sobrepondo os significados do nome da fábrica de relógios "Nika" e a palavra *nikakoi [não, nada]* e ênfase do segmento *NIKA* em letras maiúsculas;

- *AUE: Vy tam ne AUEli? [Você está fAUEking louco por aí?]* (Nasha Versia, setembro de 2021) – uma sobreposição de significados da sigla AUE, que expressa aprovação e concordância (uma abreviação da frase do jargão dos ladrões "Arestantskii uklad edin" ["O modo de vida do prisioneiro é um"]) e uma palavra profana *o*uet [ser louco de]*.

O material mostra que os jornalistas, buscando mais expressão e desejando fazer com que a palavra escrita chame a atenção do leitor, muitas vezes intencionalmente cometem erros ortográficos nas palavras, modificando-se através da técnica de capitalização. Por exemplo

- *UBERatsia: UBERaisia, klient! [Saia, cliente!]* (Komsomolskaia Pravda (KP), 8 de dezembro de 2017) – uma sobreposição da palavra jargão *наложение жаргонного слова ubiratsia* (que significa *ir embora*) e o nome do serviço de táxi *Uber*, erro ortográfico intencional para brincar com o nome da empresa;

- *SUMOshedshii: SUMOshedshaia zhenshchina* (Vremia, 8 de dezembro de 2018) – uma sobreposição das palavras *sumo [sumo]* e *sumasshedshii [louco]*;

- *VASkhitelno: VASkhitelno! Khotia Ovechkin poka na nule [AstYOUnishing! Embora Ovechkin ainda esteja em zero]* (VEK, 2019) – um jogo com a palavra *vas [você]* através da ênfase em um segmento na palavra *voskhitelnyi [surpreendente]* e um erro ortográfico deliberado.

Exemplos semelhantes incluem: *AviaKOTastrofa* [*AviaCATastrophe*] (Versiia, 18 de novembro de 2019); *MARALnyi kodeks* [*Código moral*] (*maral – sujo*) (Ekspress, 18 de agosto de 2020); *OSIZaemyi mir: kak regiony gotoviatsia k gosovaniuu po Konstitutsii* [*Um mundo tangível: como as regiões se preparam para a votação constitucional*] (*SIZ – equipamento de proteção individual*) (IZVESTIIA, 2020).

A disseminação de neologismos com uma violação de uma norma, em que o erro intencional não é destacado pelo autor de forma alguma, é motivo de preocupação para os pesquisadores da língua russa. Tal jogo gráfico pode diminuir a alfabetização dos leitores. Por outro lado, um destinatário instruído, quando confrontado com uma palavra com clara violação da norma ortográfica, pode não detectar imediatamente a intencionalidade do erro cometido pelo autor e reagir negativamente, e quanto maior o nível de alfabetização, mais intensa a reação (PETROVA; RATSIBURSKAIA, 2016).

Como observado anteriormente, em seu desejo por uma linguagem colorida e incomum, os jornalistas recorrem à técnica de capitalização junto com a *policodificação* (ou grafohibridização), ou seja, criam ocasionalismos usando os meios gráficos de diferentes idiomas (POPOVA, 2007), por exemplo, russo e inglês.

No livro "Modern Russian: Active processes at the turn of the 20th and 21st century" (2008), R.I. Rozina observa que as novas palavras criadas com a ajuda da policodificação ainda não passaram do primeiro estágio essencial de assimilação de uma palavra emprestada na língua russa, de modo que o lexema é escrito com os meios gráficos da língua receptora. Embora peculiares, essas palavras não são mais do que inclusões de língua estrangeira na fala, porque apenas uma parte delas é estranha à língua, enquanto a outra é uma palavra normal. Certamente, muitos neologismos desse tipo, sendo frequentemente usados em vários discursos, incluindo o discurso publicitário, tornaram-se habituais, e o segmento de língua

estrangeira não é experimentado por falantes nativos como um fenômeno estrangeiro, por exemplo, QR-kod [*código QR*], IT-kooperatsiia [*cooperação de TI*], IT-kadry [*pessoal de TI*], IT-professiiia [*profissão de TI*], IT-spetsialnost [*especialidade de TI*], IT-industriia [*indústria de TI*], sakhar-FREE [*sem açúcar*], Zoom-vecherinka [*festa Zoom*], etc.

Vamos dar alguns exemplos:

- **INTERnet**: *INTERnet. Zachem nuzhen Internet, kogda est pochta Rossii. Rossiuu gotoviatsia otkliuchit ot vsemirnoi seti [INTERnet. Por que precisamos da Internet quando temos o Correio Russo? A Rússia está prestes a ser desconectada da World Wide Web]* (Nasha Versia, março de 2021) – brinque com o componente de língua estrangeira *INTER* (que significa *internacional*) na palavra *Internet*, destacando-a com letras maiúsculas e a palavra russa *net* [*no*];

- **AUKUSnutsia**: *Komu AUKUSnetsia: skandal vokrug podlodok provotsiruet Frantsiiu na vykhod iz NATO [quem pagará o preço: o escândalo dos submarinos está provocando a saída da França da OTAN]* (Izvestiia, 21 de setembro de 2021) – uma sobreposição do nome da aliança *AUKUS* e da palavra *auknutsia* [*fazer pagar o preço*];

- **ChelovekZERO**: *ChelovekZERO. Rossiianin vot uzhe bolee 20 let ne mozhet vspomnit, kto on takoi [ManZERO. Um homem russo não consegue se lembrar de quem ele é por mais de 20 anos]* (Zhizn, 10-25 de janeiro de 2022) – combinação dos significados das palavras *chelovek* [*homem, humano*] e *zero*;

- **AzARTnyi**: *AzARTnyi forum [ARTventurous forum]* (Soiuznoe veche, 17 de junho de 19) – brinque com o segmento *ART* destacando e escrevendo com letras latinas na palavra russa *azartnyi* [*aventureiro, jogo*];

- **FOODbolnyi**: *FOODbolnaia karta sokrovishch. V Rossii razrabotali turisticheskii marshrut po odinnadtsati gorodam CHM-2018. Otlichnaia vozmozhnost ustroit prazdnik zhivota i "poprobovat na vkus" vse goroda mundialia [FOODball mapa do tesouro. A Rússia desenvolveu uma rota turística através de*

onze cidades da Copa do Mundo de 2018. Uma grande oportunidade para ter uma festa da barriga e "provar" todas as cidades do mundial] (Soiuznoe veche, 18 de junho de 2018) – brinque com o componente *COMIDA* destacando e escrevendo com letras latinas na palavra *futbolnyi* [futebol].

Alguns neologismos desse tipo tornaram-se modelos ativamente utilizados pelos jornalistas:

- RuSSkie: **RuSSkie?** *Kto eto? Nea, ne znaiu* [RuSSians? *Quem são esses? não, não os conheço*] (livejournal.com); *RuSSkie vospitanniki* [Alunos RuSSian] (SS, maio de 2019);

- **PRoval**: *PRoval Batki* [fracasso de Batka] (Versia, 12 de janeiro de 2021); *Po slovam D. Belova, na futbolke kotorogo krasovalas nadpis: "PRoval PRezidenta Ctrl+Alt+Del", cherez nektoroe vremia posle zaderzhaniia odin iz sotrudnikov militsii, pocheshav zatylok kontsom rezinovoi dubinki, zadumchivo proiznes: "Esli by ne vse eti nabezhevshie generaly, naveshat by vam ..., da i otpustit"* [De acordo com D. Belov, cuja camiseta trazia a inscrição: "Falha do Presidente Ctrl+Alt+Del", algum tempo depois da prisão, um dos policiais, coçando a parte de trás da cabeça com a ponta de um cassetete de borracha, disse pensativamente: "Se não fosse por todos esses generais que vieram correndo, eu teria chutado sua bunda e deixado você ir..."] (kprf.ru); *Predvybornyi PProval mera Sadovogo* [Fracasso eleitoral do prefeito Sadovy] (KievVlast, 9 de outubro de 2014); *Ob etom govoriat: Kak kupit \$200, ili PProval Valerii Gontarevoi* [Eles falam sobre isso: Como comprar \$200, ou O fracasso de Valeria Gontareva] (Politrada, 7 de outubro de 2014); *PProval* (Inaia gazeta, 5 de março de 2008).

- BeZOOMmnyi: *BeZOOMnyi mir* [Mundo louco] (Ekspress-K, 1 de abril de 20 a 20); *Uzhe seichas mozhno prisoedinitsia k prazdniku i razmestit sobstvennyi chellendzh ili fleshmob, posviashchennyi poslednemu zvonku, v ofitsialnoi gruppe sobytiia "BEZOOMnyi zvonok"* [Você já pode participar das festividades e postar seu próprio desafio de formatura ou flash mob no grupo oficial

do evento "Crazy Prom"] (permkrai.ru); *BeZoom-zoomnaia Matreshka [Crazy Matryoshka]* (www.auto.az).

- *SOSulka: SOSulki vletaiut v okna [Cicles estão voando pelas janelas]* (Mayak, 18 de janeiro de 2010); *SOSULKI! Obstrel nachalsia... V minuvshee voskresene 16-letniaia devushka postradala ot padeniia lda s kryshi doma na Srednem prospekte [O bombardeio começou... No domingo passado, uma menina de 16 anos se machucou ao cair do gelo do telhado de uma casa em Sredny Prospect]* (Nevskoe vremia, 14 de março de 2020); *SOSulki pod kontrolem kommunalshchikov [Icicles estão sob o controle dos serviços comunitários]* (Rodniki, 16 de fevereiro de 2021); *SOSulki, ili Vnimanie - na verkh! [Icicles, ou Atenção – olhe para cima!]* (<http://vpered21.ru>).

A situação com a disseminação da infecção pelo novo coronavírus COVID-19 levou ao surgimento de neologismos criados pela capitalização usando a técnica de policodificação, como evidenciado pelos seguintes exemplos:

- *COVIDlo: COVIDlo ekonomika: polet normalnyi, padaem [COVIDjam economy: the flight is normal, we are falling]* (<https://e-news.su/in-world>, 6 de maio de 2020) – brinque com a abreviatura *COVID-19* e a palavra *povidlo [jam]* (o neologismo *COVIDlo* significa *geleia sem qualquer sabor ou cheiro*);

- *COVIDiot: Serbiia vedet borbu na dva fronta: protiv epidemii i "COVIDiotov" [A Sérvia está lutando em duas frentes: contra a epidemia e os "COVIDiots"]* (<http://balkanist.ru/>, 30 de abril de 2020) – uma combinação de *COVID* e a palavra (o neologismo *COVIDiot* tem dois significados – 1) *uma pessoa em pânico estocando mantimentos e papel higiênico*, и 2) *uma pessoa que acredita que o coronavírus é uma farsa*);

- *COVIDarnost: COVIDarnost. V Kuzbasskom kolledzhe arkhitektury, stroitelstva i tsifrovoykh tekhnologii prodolzhaetsia projekt "COVIDarnost" [COVIDarity. A Faculdade de Arquitetura, Construção e Tecnologia Digital de Kuzbass continua o projeto "COVIDarity"]* (<https://kasict.ru/>, 9 de outubro de

2020) – uma combinação de *COVID* e a palavra *solidarnost* [*solidariedade*]; o ocasionalismo significa *solidariedade na luta contra a COVID-19*; "Novaia gazeta" *sovmestno s volonterskim dvizheniem "COVIDarnost" zapustila COVID-Info-bot* ["Novaia Gazeta", juntamente com o movimento voluntário "COVIDarity", lançou o COVID Info-Bot] (Mir Peterburga, 27 de março de 2020);

- *COVIDeo: Ocherednoi onlain-kontsert v redaktsii "Kur'era" pod nazvaniem COVIDeo sostoitsia v chetverg* [Outro concerto online na redação de "Kur'er" chamado COVIDeo será realizado na quinta-feira] (<https://kurjer.info/>, 20 de maio de 2020) – uma sobreposição de *COVID* e *vídeo*; o ocasionalismo significa *um vídeo sobre o tema do coronavírus*;

- *ZOOvolonter* : *ZOOvolontery berut na perederzhku sobak i koshek* [voluntários do ZOO estão recebendo cães e gatos] (<https://radulova.livejournal.com/>, 26 de abril de 2020) – uma combinação das palavras ZOO e *volonter* [voluntário]; o ocasionalismo denota *uma pessoa que se voluntaria para ajudar pessoas em quarentena ou autoisolamento a cuidar de seus animais de estimação*.

Os jornalistas muitas vezes recorrem ao uso simultâneo de capitalização e *reduplicação*. Reduplicação é a repetição de uma letra ou várias letras em uma palavra.

Ao criar tais transformações, os autores geralmente perseguem os seguintes objetivos: querem, primeiro, brincar com abreviaturas, vários nominativos, ou, segundo, querem aproximar a frase do discurso coloquial vivo. Na busca do primeiro objetivo, os jornalistas costumam usar a repetição de letras, ou seja, a duplicação de consoantes ou vogais.

Aqui estão alguns exemplos de consoantes duplas, que geralmente são destacadas por letras maiúsculas, por exemplo:

- **MaMMAmia** (Ekspress-K, 19 de outubro de 2018) – brinca com o lexema *MAMMA MIA*, que tem o significado de um suspiro de surpresa *mãe querida*, e a sigla da organização de artes marciais mistas *MMA* (*MMA* + *mama*);

- **NadyshALLAs** (Zhizn, 24 de fevereiro de 2020) – brinca com o componente *Alla* (*Alla Pugacheva*) dobrando a letra consonantal *L* no verbo *nadyshatsia* [*respirar muito ou muito*], dado no pretérito (*Alla* + *nadyshalas*);

- *Alienígena* **SKOTTilsia**. *Ridli khochet novogo "Chuzhogo"... bez Chuzhogo* [*O Alien não é mais o mesmo. Ridley quer um novo Alien... sem o Alien.*] (<https://shakal.today/kinokishochki/novosti-kino>, 28 de maio de 2019) – brinque com o componente **SKOTT** (*Ridley Scott*) no verbo *skatitsia* [*piorar, não o mesmo que costumava ser*] dobrando a consoante *T* e cometendo um erro ortográfico intencional.

Além disso, a repetição de letras pode ser exercida na escrita de vogais dobrando-as, enquanto a repetição de letras é acompanhada pelo uso de maiúsculas, por exemplo:

- *Gaz berut* **OOPTom** (Kommersant, 26 de junho de 2020) – uma sobreposição da abreviatura *OOPT* (áreas de conservação) e da palavra *optom* [*a granel*] com a vogal dupla *O*;

- *Sami s* **UUSami** (Kommersant, 26 de agosto de 2021) – uma sobreposição da abreviatura *UUS* (serviços universais de comunicação) e do componente *usami* de *sami s usami* [*não nascemos ontem*] com reduplicação da vogal *U*.

Desejando transmitir a maneira de falar das pessoas, os jornalistas também recorrem ao uso combinado de capitalização e reduplicação, por exemplo, **GIBRIIIID** (*XC 60: Skazhite GIBRIIIID!* [*XC 60: Diga HYBRIIIID!*] (Dni.ru, 31 de julho de 2020)). Neste caso, a vogal *I* na palavra usual *gibrid* [*híbrido*] é deliberadamente repetida para espelhar a maneira de falar das pessoas que se preparam para sorrir para uma imagem (análoga à frase "*Diga queijo*").

Além disso, imitando os sons dos animais, os jornalistas também usam a técnica de reduplicação em conjunto com a capitalização. Por exemplo, para criar um jogo de linguagem no nível fonético-fonológico, o autor de um artigo usa o método de reduplicação do som [r], reproduzindo condicionalmente o som de um leão ou tigre, usando as palavras **RRRyknut** [para **RRRoar**] e **RRRyK [RRRoar]** (Prezident uzhe **RRRyknul!** *Iurii Pronko i ekonomist Mikhail Khazin o Rrryke prezidenta i urovne zhizni naseleniia* [(O presidente já **RRRoared!** Yuri Pronko e o economista Mikhail Khazin sobre o **Rrroar** do Presidente e o padrão de vida] (tsargrad.tv, 19 de dezembro de 2020).

Na linguagem do jornalismo, esse uso simultâneo de maiúsculas e holofrases também é notado. Por holofrase (fusão, integração) queremos dizer escrever uma combinação de palavras de uma frase inteira sem espaços. As construções de holofrases são uma mega-unidade lexical (KOVYNEVA, 2017) e são utilizadas para salvar meios linguísticos, bem como para chamar a atenção para as informações relatadas. Esses tipos de construções são de interesse porque adquirem um novo significado que difere dos significados das palavras na construção holofrasal inicial.

Alguns exemplos incluem:

- **MYIMDALI** (Rossiiskaia Gazeta, 25 de junho de 20 a 19) – frase mesclada *My im dali [nós demos a eles]*, resultando no efeito do discurso georgiano, que é tocado pelo jornalista;

- **IAZHEMAT, IAZHMat**: *IAZHEMAT ili mamochki, kotorye schitaiut sebja luchshimi!* [**IMAMOTHER** ou mães que pensam que são as melhores!] (womanadvice.ru); **IAZHMat** (mediasole.ru); **#IAZHeMat // Subbota!** (<http://molsport.ru>) – os exemplos brincam com a frase *eu sou mãe (mãe Imma)*, o uso da holofrase gera uma nova unidade nominativa feminina com um fundo conotativo mais amplo do que a palavra *mãe*;

- *IAzheBatia*: Ryzhik okazalsia tem eshche IAzheBatei [O Readhead acabou por ser um ImaFather] (Mediasol, 2 de julho de 2021) – palavras da frase *IA zhe batia [eu sou pai]* fundidas (um neologismo semelhante ao *IMAMOTHER*);

- **OnVamNeDimon**: Valerii Rashkin: zhalkie opravdaniia i bred OnVamNeDimon [Valerii Rashkin: desculpas patéticas e absurdos de HeIsNotDimontoYou] (Eco de Moscou, 18 de abril de 2019) – fusão das palavras na frase *On vam ne Dimon [Ele não é dimon para você]*; a unidade formada por meio de holophrasis remete o leitor ao título e conteúdo do documentário investigativo da Fundação Anticorrupção publicado no YouTube em 2 de março, 2017;

- *UKRALvagonzavod* (Versia, 28 de maio de 2019) – palavras da frase *Ukral vagonzavod [roubou a fábrica de vagões]* fundidas com o jogo simultâneo com o nome da fábrica de *Uralvagonzavod* escrevendo um segmento em letras maiúsculas;

- **SIDIDOMETS**: POGULIANTSY I SIDIDOMTSY. Kak pandemiia «zarazila» nashu rech i ischeznet li mat? [GOFORASTROLLERS E STAYATHOMERS. Como a pandemia "infectou" nosso discurso e os palavrões desaparecerão?] (AIF, 29 de junho de 2020) – palavras mescladas da frase *sidet doma [ficar em casa]*; o ocasionalismo denota uma pessoa cumprindo a quarentena total.

Alguns outros exemplos incluem: **#MYVMESTE**: Pensioneram pomogaiut 2.5 tysiachi volonterov [] (AIF, 11 de novembro de 2021); **OnIona** [HeANDShe] (DOMASHNII, 1º de janeiro de 2022).

As seguintes técnicas amplamente utilizadas pelos jornalistas para fins de expressividade ao criar o ocasionalismo gráfico estão associadas à divisão de uma palavra usual de diferentes maneiras: 1) atualização de morfema gráfico – a divisão de uma palavra ou linha com espaços (ou destacando certas letras usando a técnica de capitalização), levando a uma divisão não convencional de uma palavra em

morfemas e à atualização de sua forma interna, 2) hifenização – a divisão de uma palavra por hifens em partes ou sílabas dando-lhe outro significado, 3) parênteses – o particionamento de uma palavra com a colocação de um segmento entre parênteses, 4) citação – o particionamento de uma palavra com a colocação de seu segmento entre aspas, 5) corte – o particionamento de uma palavra com uma barra, 6) apóstrofização – particionamento de uma palavra com um sinal de apóstrofo, 7) exclamação – o particionamento de uma palavra em dois ou mais lexemas usando sinais de pontuação.

A atualização do morfema gráfico implica a divisão não tradicional de uma palavra em morfemas destinados a atualizar a forma interna da palavra (Popova, 2007). Esta técnica é muitas vezes implementada em conjunto com a capitalização.

Vários exemplos de atualização de morfema gráfico são os seguintes:

- **VyMUCHenNYE** *problemy* (Karavan, 26 de maio de 2017) – a divisão da palavra *vymuchennye* [esgotado] ao destacar o segmento *muchnye* [farinha] em letras maiúsculas atualiza outra palavra-chave, referindo-se ao conteúdo do artigo, que fala sobre os problemas com a importação de farinha de baixa qualidade;

- **Ot Metki**: *kak budut rabotat QR-kody v raznykh otrasliakh* [On Mark: how QR codes are going to work in different industries] (Izvestia, 12 de novembro de 2021) – brinque com as palavras *otmetki* [notas, marcas] e *metka* [marca] (uma referência aos códigos QR);

- **DIZEL GENERATOR** (sobre Vin Diesel) (Men's Health, No10, outubro-novembro de 2021) – peça com o nome do ator Vin Diesel e a palavra gerador a *diesel*;

- **GLU BO KO, UVA ZHAE MYI** (Men's Health, No10, outubro-novembro de 2021) – divisão da palavra *glubokouvazhaemyi* [profundamente respeitada] em partes, colocando os segmentos em uma coluna na página; a vírgula colocada após o componente *KO* atualiza o significado da palavra *gluboko* [profundo], aumentando a nuance do significado do artigo sobre mergulho livre).

Vamos dar alguns outros exemplos: Mega **polis**: *TSB otsenil podorozhanie OSAGO v 48%* [Mega Polis: O Banco Central estimou o aumento do custo do seguro de Responsabilidade Civil Obrigatória em 48%] (Izvestia, 13 de janeiro de 2022); Robota **tekhnika**: *Vazhnye obekty nachnut okhraniat umnye pulemety* [Tecnologia robótica: instalações importantes serão guardadas por metralhadoras inteligentes] (Izvestia, 13 de janeiro de 2022).

A técnica de capitalização é frequentemente combinada com a técnica de hifenização, quando uma palavra é quebrada em partes ou sílabas por hifens, dando a essa unidade lexical recém-formada outro significado (POPOVA, 2007). A técnica de colocação de hifens em palavras deve ser considerada como um meio de ajudar a perceber o texto impresso como fala oral. A hifenização, segundo S.I. Iliasova (2016), implica brincar com a estrutura de formação de palavras de uma palavra, e não com a análise morfológica, quando quebrar uma palavra em morfemas (em termos de sincronicidade) gera expressividade.

Considere os exemplos:

- **PO-letaem**: *aviakompanii khotiat perevesti na otechestvennuiu sistemuu bronirovaniia* [vamos voar: as companhias aéreas podem ser transferidas para o sistema de reservas domésticas] (Izvestiia, 30 de junho de 2020) – divisão da palavra *poletaem* [vamos voar] em segmentos com hífen com o segmento PO escrito em letras maiúsculas atualiza o significado da abreviatura escondida no neologismo (PO – software);

- **SPA-senie** *ot kovida* [Salvação da COVID] (Versia, 8 de dezembro de 2020) – atualização dos significados das palavras *SPA* e *spasenie* [salvação];

- **Re-Missiiia** *liubvi* [Re-Missão de amor] (Moskovskii komsomolets, 25 de fevereiro a 4 de março de 2015) – uma combinação das palavras *remissiiia* [remissão] e *missiiia* [missão]; a marcação do segmento *RE* refere-se ao significado do prefixo *re-* (o significado de renovabilidade), que dá conotações adicionais à palavra *missão* (missão repetida);

No entanto, nem sempre é possível rastrear a motivação por trás da criação de um ocasionalismo, por exemplo: *DIETA PROTIV TRENI-ROVKI [SESSÕES DE TREINAMENTO CONTRA DIETAS]* (*Men's Health*, No10, outubro-novembro de 2021); *ELKI-PALKI-SHCHEPKI: Elochnyi krugovorot startuet v Moskve 2 ianvaria [PINES-FALLS-SCHEELS: The Christmas Tree Cycle Starts in Moscow on January 2]* (AIF, 30 de dezembro de 2021).

Nos textos do jornalismo moderno pode ser encontrado o uso simultâneo de *maiúsculas e parênteses*, que consiste em brincar com a semântica de duas palavras que diferem em sua ortografia por uma letra, que é tomada entre colchetes. Via de regra, a motivação por trás de tal jogo é dada no texto. Consideremos os seguintes exemplos: *Bez(z)umnyi Siurf [Crazy Surf]* (steamcommunity.com) – atualização dos significados das palavras *bezumnyi [fora da mente, louco]* e *bez zum (sem Zoom)*; *Mir postavili (I)rakom [O mundo estava curvado]* (Izvestia, 11 de fevereiro de 2013) – uma sobreposição da palavra *Irak [Iraque]* e da frase *postavil rakom [dobrar alguém]*.

A colocação de um segmento de palavras entre colchetes pode acentuar a relação antônima, por exemplo:

- (Ne)zhdannyi prints [(Un)expected prince] (<https://www.kino-teatr.ru>) – uma sobreposição das palavras *nezhdannyi [inesperado]* e *zhdannyi [esperado]*; reforço da antonímia dessas palavras destacando o prefixo *ne [un]* com parênteses;

- *Massirovannaia (dez)informatsionnaia, administrativnaia i zakonodatelnaia ataka, napodobie toi, chto grazhdane Rossii ispytali v 1990-e [Um ataque maciço (des)informacional, administrativo e legislativo, semelhante ao que os cidadãos russos experimentaram na década de 1990]* (<https://zen.yandex.ru/media>) - uma combinação das palavras *dezinformatsionnyi [desinformaitonal]* e *informatsionnyi [informaitonal]* ; colocando o *dez-* [dis-] componente entre colchetes enfatiza a relação antônima dessas palavras.

A técnica de *citação*, ou seja, dividir uma palavra colocando um determinado segmento entre aspas, é muitas vezes acompanhada pelo destaque de uma parte da palavra com letras maiúsculas. A palavra destacada entre aspas atua como uma palavra-chave, chamando a atenção do leitor para o ponto principal da mensagem. A função avaliativa das aspas é que elas são utilizadas para pseudocitação, o jogo com o significado é assegurado pela quebra das relações estruturais usuais em termos da expressão das palavras (AMIRI, 2013) a fim de torná-la expressiva de forma concisa.

Vamos rever alguns exemplos:

- *"REAL"nyi*: "REAL"naia poteria [Uma perda "REAL"] (Vremia, 7 de junho de 2018) – uma combinação das palavras REAL e *realnyi* [real]; ênfase no componente REAL com aspas remete o leitor ao nome do clube de futebol "REAL"; *Polmilliarda evro dlia usileniia – eto "REAL"naia summa. Madridskii Real cherez paru mesiatsev zhdet globalnaia perestroika* [Meio bilhão de euros para reforços é uma boa quantia "REAL". O Real Madrid passará por uma reconstrução global em alguns meses] (<https://zen.yandex.ru/media>, 29.03.19);

- *pol"Mira"*: Na **pol"Mira"**: *natsionalnaia karta est u kazhdogo vtorogo rossiianina* [Metade do "Mundo": Cada segundo russo tem o cartão de débito nacional] (Izvestiia, 30 de setembro de 2020) – uma sobreposição da palavra *polmira* [meio mundo] e o nome do cartão de débito "Mir" ["Mundo"];

- *"SAMO"izoliatsiia*: *Rezko zakruchivaia s etoi tseliu takie gaiiki kak svoboda pravdy, nalogi, pensii, rabota, migratsiia, prazdniki, na fone psikhoza vokrug koronavirusa, shtrafov i "SAMO"izoliatsii* [Apertando acentualmente para este fim parafusos como a liberdade da verdade, impostos, pensões, empregos, migração, feriados, em meio à psicose em torno do coronavírus, multas e "AUTO"isolamento.] (<https://zen.yandex.ru/media>) – uma combinação das palavras *samostoiatelno* [independentemente, por si mesmo] e *izoliatsiia* [isolamento].

O material estudado demonstra que, nas páginas de jornais e revistas, é bastante raro ver o uso combinado de *maiúsculas* e métodos de jogo gráfico como corte (dividir uma palavra com um sinal de barra), exclamação (dividir uma palavra em dois ou mais lexemas com sinais de pontuação – um ponto de exclamação, ponto de interrogação ou ponto) e *apóstrofo* (dividir uma palavra com um apóstrofo).

O uso de vários meios de ênfase – barras, exclamação ou pontos de interrogação, aspas, apóstrofos – serve para destacar a palavra-chave dentro de um lexema usual, o que implica um repensar da estrutura de formação de palavras de uma unidade lexical normativa: pseudo-divisão e pseudo-motivação. Consideremos exemplos do uso de várias técnicas de divisão de uma palavra usual.

Corte: *RUKI V B/Ubriuki: pochemu odezhda sekond-khend stala populiarna* [Mãos no P/Uants: por que as roupas de segunda mão se tornaram populares] (AIF, 25 de dezembro de 2021) – uma combinação da frase *byvshii v upotreblenii (b/u)* [usada anteriormente] e a palavra *briuki* [calças]; *Razgovory o/raz//oruzhenii* [Fala sobre dis/arm//ament] (<https://stylopedia.ru/>) – uma sobreposição da frase *o razoruzhenii* [sobre desarmamento] e do ocasionalismo *ob oruzhenii* [sobre armas].

Exclamação: *Napishite "SK,a? ZK,a!" – liuboi ekspert skazhet, chto deiatelnost SK s pomoshchiu voprositelnogo znaka postavlena pod somnenie, a ZK s pomoshchiu vosklitsatel'nogo torzhestvuet pobedu* [Escreva "SK,a? ZK, a!" – qualquer especialista lhe dirá que o desempenho do SK (Comitê de Investigação) é questionado com um ponto de interrogação, e o ZK (o preso) triunfa com um ponto de exclamação] (MK, 20 de janeiro de 2022) – separação desmotivada das letras da palavra *skazka* [conto de fadas] com vírgulas e um ponto de interrogação; *Zhivi priPIVA!iuchi* (<http://tmregister.ru/>) – uma combinação das palavras *pripevaiuchi* [feliz] e *pivo* [cerveja], a ênfase no segmento *PIVA* com letras maiúsculas e o ponto de exclamação chama a atenção do leitor para o fato de que o segmento *PIVA!* atua como um componente imperativo.

Apostrophizing: *Tsennost doveriia kak beZoom'no vazhnyi urok pandemii* [O valor da confiança como uma lição insanamente importante na pandemia] (www.crn.ru/news, 20 de março de 2020) – uma sobreposição da palavra *bezumno* [insanamente] e do nome da plataforma de videoconferência *Zoom*; *REAL'naia vygoda dlia izdatelei* [Um benefício REAL para os editores] (mediaguide.ru) – uma sobreposição da palavra *realnyi* [real] e do nome do supermercado *REAL*; *Dell'ovoi monoblok: obzor Dell Inspiron One 2350* [Business monoblock: a review of Dell Inspiron One 2350] (www.mics.ru/ru/news) – uma sobreposição de *delovoi* [ocupação] e o nome da corporação *Dell*.

Conclusão

O material lexical analisado atesta a diversidade de técnicas de jogo de linguagem utilizadas na linguagem dos meios de comunicação de massa, incluindo o jogo gráfico, e confirma a necessidade de um estudo abrangente dos vários neologismos emergentes como resultado da criatividade dos jornalistas.

O material analisado demonstra que o jogo gráfico é representado no discurso publicitário pelo uso ativo da capitalização em combinação com outras técnicas de jogo gráfico, em particular policodificação, reduplicação e holofrase, bem como as várias formas de dividir a palavra em segmentos (com a ajuda de espaços, hifens, colchetes, aspas, barras, apóstrofes e vários outros sinais de pontuação), que é analisado em detalhes no presente estudo.

O uso de ocasionalismos formados por meio do jogo de linguagem no discurso publicitário contribui para sua função expressiva e lhe confere um elemento de ludicidade. A violação deliberada dos jornalistas das regras de ortografia e gramática serve ao propósito de envolver os leitores na peça, chamando sua atenção para os pontos-chave da mensagem. De acordo com S.V. Iliasova (2015), o principal papel do jogo gráfico na mídia é aumentar a competitividade

dos produtos de mídia, e esse jogo assume uma forma muito mais visual do que os outros tipos de jogo de linguagem.

Todos os exemplos considerados do uso de ocasionalismos demonstram a importância do estudo do jogo de linguagem, particularmente do jogo gráfico, como um elemento da linguagem midiática que proporciona novos desenvolvimentos nesse tipo de discurso.

REFERÊNCIAS

AMIRI, L. P. Paragrafemnye sredstva graficheskoi igry kak sovremennye paralingvisticheskie realii v reklamnoi kommunikatsii. [Paragraphemic means of graphic play as modern paralinguistic realities in advertising communication.] **Vestnik of the Moscow City Teacher Training University**, v. 2, n. 12, p. 69–76, 2013.

DOBROSKLONSKAIA, T. G. **Iazyk sredstv massovoi informatsii**. [The language of mass media.] Moscow: KDU, 2012.

DOBROSKLONSKAIA, T. G. **Voprosy izucheniia mediatekstov (opyt issledovaniia sovremennoi angliiskoi mediarechi)**. [Issues in media text studies (experience in the study of modern English media speech).] Moscow: Editorial URSS, 2005.

GRIDINA, T. A. **Iazykovaia igra: Stereotip i tvorchestvo**. [Language play: stereotype and creativity.]. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University, 2008.

GUDKOV, D. B. **Teoriia i praktika mezhkulturnoi kommunikatsii**. [Theory and practice of intercultural communication.] Moscow: Gnozis, 2003.

ILIASOVA, S. V. Iazykovaia igra: slovoobrazovatelnaia, graficheskaja, orfograficheskaja (na materiale tekstov sovremennykh rossiiskikh SMI). [Language play: word-formation, graphic, orthographic (on the material of modern Russian media texts).] **Media Linguistics Journal**, v. 1, n. 6, p. 91–100, 2015.

ILIASOVA, S. V. Krymets Ukraine, ili Politicheskoe slovtvorchestvo. [A Crimean to the Ukraine, or Political word-creativity.]. **Political Linguistics**, n. 3, p. 27-30, 2016.

ILIASOVA, S. V.; AMIRI, L. P. **Iazykovaia igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy**. [Language play in the communicative space of mass media and advertising.] Moscow: Flinta, Nauka, 2015.

KARAULOV, Iu. N. **Russkii iazyk i iazykovaia lichnost**. [Russian language and linguistic personality.] Moscow: LKI, 2010.

KONKOV, V. I.; POTSAR, A. N.; SMETANINA, S. I. **Iazyk SMI: sovremennoe sostoianie i razvitie**. [The language of mass media: the modern state and development.]. Saint Petersburg: Faculty of Philology, St. Petersburg State University, 2004.

KOSTOMAROV, V. G. **IAzykovoii vkus epokhi. Iz nabludenii nad rechevoi praktikoi mass-media**. [The linguistic taste of the era. From observations on mass media speech practices.] Saint Petersburg: Zlatoust, 1999.

KOVYNEVA, I. A. Golofrazis kak sposob ekonomii iazykovykh usilii. [Holophrasis as a way of saving language effort.]. **Baltic Humanitarian Journal**, v. 6, n. 21, p. 110-112, 2017.

ZEMSKAIA, E. A. **Russkaia razgovornaia rech: Lingvisticheskii analiz i problemy obucheniia**. [Russian colloquial speech: Linguistic analysis and teaching problems.] Moscow: Flinta, Nauka, 2021.

Como referenciar este artigo

BRICHENKOVA, E. S.; BUTSKAYA, O. N.; PAKHOMOVA, I. N. Técnicas de jogo de linguagem na mídia de massa: O uso de ocasionalismos em textos públicos. **Rev. EntreLinguas**, Araraquara, v. 8, n. esp. 2, e022060, 2022. e-ISSN: 2447-3529. DOI: <https://doi.org/10.29051/el.v8iesp.2.17317>

Submetido: 08/04/2022

Revisões requeridas: 20/05/2022

Aprovado: 08/09/2022

Publicado: 10/11/2022

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação.
Revisão, formatação, normalização e tradução.

