UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES

Licenciatura em Letras – Português e suas Respectivas Literaturas

Amanda Crespo Pessanha

USO DO ESTRANGEIRISMO NO MERCADO DE TRABALHO: UMA ANÁLISE DA REDE SOCIAL LINKEDIN

Campos dos Goytacazes/ RJ

Amanda Crespo Pessanha

Uso do estrangeirismo no mercado de trabalho: uma análise na rede social LinkedIn

Artigo apresentado como requisito parcial para obtenção da graduação em Licenciatura de Letras – Português e suas Respectivas Literaturas, pela Universidade Candido Mendes.

Orientadora Prof.ª Dra. Sarita Costa Erthal

Amanda Crespo Pessanha

Uso dos estrangeirismos no mercado de trabalho: uma análise na rede social LinkedIn

Artigo apresentado como requisito parcial para obtenção da graduação em Licenciatura em Letras – Português e suas Respectivas Literaturas, pela Universidade Candido Mendes.

Aprovado (a) em: 25 de novembro de 2022. .

Banca Examinadora:

1. _____
Sarita Costa Erthal - Orientadora
Doutora em Letras Neolatinas (UFRJ)
Universidade Candido Mendes

2. _____
Adriana D'Ávila Barros
MBA Executivo em Gestão de Pessoas (UGF)
Universidade Candido Mendes

3. _____
Lívia Rosa dos Santos
Especialista em Ensino a Distância e Tecnologias Educacionais (UniCesumar)
Universidade Candido Mendes

USO DOS ESTRANGEIRISMOS NO MERCADO DE TRABALHO: UMA ANÁLISE NA REDE SOCIAL LINKEDIN

Amanda Crespo Pessanha[1]

RESUMO

O presente trabalho busca trazer a compreensão e a análise do uso dos estrangeirismos na língua portuguesa no mercado de trabalho através de exemplos encontrados na rede social profissional LinkedIn. Este trabalho foi realizado por meio das pesquisas bibliográfica e netnográfica. A temática surgiu da dúvida: palavras estrangeiras podem ser uma ferramenta de exclusão na busca por empregos em redes sociais? Na primeira seção, definiu-se o que é estrangeirismo e empréstimo linguístico, diferenciando-os e incluindo definições de autores, como Bechara. Além do mais, descreveu-se o processo histórico da língua portuguesa, demonstrando que estrangeirismos sempre estiveram presentes e influenciaram o processo de formação da língua. A segunda seção, embasada em Marcos Bagno, aponta que há uma discussão acerca do uso de estrangeirismos em excesso e a defesa da pureza linguística. Já na terceira, descreveu-se o LinkedIn e analisaram-se estrangeirismos de postagens coletadas pela autora deste artigo na rede social em estudo. A maioria dos vocábulos analisados não estão presentes no vernáculo da língua portuguesa, sendo utilizados até mesmo com significado diferente do seu país de origem. A pesquisa, fundamentada em autores como Celso Cunha, Marcos Bagno, José Luiz Fiorin e Lindley Cintra, trouxe grande conhecimento sobre o tema, concluindo que palavras estrangeiras sempre estiveram e sempre estarão presentes na língua portuguesa.

Palavras-chave: Estrangeirismo. LinkedIn. Língua portuguesa. Mercado de trabalho.

ABSTRACT

This article brings understanding and analysis of the usage of foreign words on portuguese language at the labour market through examples found in the professional social network LinkedIn. The presente work was carried out through bibliographic and netnographic research. The theme arose from the doubt: can foreign words be an exclusion tool in the job search on social media? In the first section, foreignism and linguistic borrowing are defined, distinguishing them and including definitions from authors, such as Bechara. Furthermore, the historical portuguese language process was described, showing that foreign expressions have always been present and influenced the language formation process. The second section, based on Marcos Bagno, points out that there is a discussion about the excessive use of foreign words and the defense of linguistic purity. In the third one, LinkedIn was described and foreign words of posts collected by the author on the social media under study were analyzed. Most of the analyzed words are not present in the vernacular of the Portuguese language, even being used with a different meaning from their country of origin. The research, based on authors such as Celso Cunha, Marcos Bagno, José Luiz Fiorin and Lindley Cintra, brought great knowledge of the subject, concluding that foreign words have always been and will always be present in the portuguese language.

Keywords: Foreignwords. LinkedIn. Portuguese language, Labour market.

[1] Graduanda de Licenciatura em Letras – Português e suas Respectivas Literaturas, da Universidade Candido Mendes. E-mail: amandacrespopessanha@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

O presente trabalho discorre acerca do uso do estrangeirismo na língua portuguesa no mercado de trabalho; mais especificamente, da análise do uso de vocábulos em inglês encontrados na rede social LinkedIn.

A motivação em abordar tal temática vem do interesse em entender e analisar como o uso de estrangeirismo no mercado de trabalho pode ser uma ferramenta de exclusão na busca por empregos em redes sociais profissionais, como o LinkedIn.

Com a globalização e a internet, a comunicação tornou-se muito mais fácil e mais rápida, muitas empresas realizam seus processos seletivos on-line, até mesmo por redes sociais.

O LinkedIn, a mais famosa rede social profissional, fundada em 2002, traz aos seus usuários a oportunidade de expor seu currículo, fazer conexões profissionais, seguir empresas, candidatar-se a vagas de emprego e, até mesmo, escrever postagens, expondo suas conquistas profissionais, o que a torna uma rede propícia à busca de empregos. Já as empresas utilizam a rede para expor suas vagas, números e metas alcançadas. O conteúdo gerado por essa troca engloba palavras estrangeiras, muitas ainda sem tradução para o português, e às vezes com novos significados. Acredita-se que saber utilizar e compreender tais palavras gera maiores oportunidades aos candidatos.

Esse artigo objetiva demonstrar como o desconhecimento de vocábulos em inglês, a língua universal da atualidade e a mais utilizada em negócios internacionais, pode afetar o brasileiro ao buscar um emprego em seu próprio país. Sendo assim, buscou-se identificar palavras estrangeiras e aportuguesadas utilizadas no LinkedIn; demonstrar a importância de conhecer tais palavras, até mesmo na busca por emprego e analisar como o estrangeirismo pode ser uma ferramenta de exclusão no mercado de trabalho.

A metodologia consistiu em uma coleta de postagens em páginas de empresas no LinkedIn que utilizam a rede para a divulgação de vagas. As coletas foram realizadas entre setembro e outubro de 2022. A pesquisa teve aporte etnográfico com o uso do computador; os registros foram recortados de seus contextos originais pela pesquisadora por meio da ferramenta *printscreen,* capturados e transformados em imagem e foram analisados com base em uma pesquisa bibliográfica.

Para a realização deste artigo, embasou-se em autores como Evanildo Bechara, Celso Cunha, Marcos Bagno, José Luiz Fiorin e Lindley Cintra. O desenvolvimento do artigo está dividido em 3 seções. A primeira discorre acerca do que é estrangeirismo e empréstimo

linguístico, além de trazer um breve histórico da língua portuguesa. A segunda seção traz uma discussão sobre o uso de estrangeirismos em excesso e a defesa da pureza linguística. E a terceira define o que é LinkedIn e analisa estrangeirismos coletados na rede social em questão.

ESTRANGEIRISMO E EMPRÉSTIMO LINGUÍSTICO

O estrangeirismo é definido como o "emprego de palavras, expressões e construções alheias ao idioma que a ele chegam por empréstimos tomados de outra língua" (BECHARA, 2019, p. 633). De acordo com o gramático, esse é um processo que ocorre de maneira natural, sendo um registro do contato entre os povos. E, apesar de alguns puristas desaprovarem os estrangeirismos, apenas o excesso dessa importação, quando vocábulos equivalentes já são encontrados no idioma, é que deve ser combatido.

O termo empréstimo se aplica a estrangeirismos léxicos, sintáticos e semânticos e abarca as noções de estrangeirismos que ocorrem de duas formas: os que só identificamos como tais pela sua história, pois sofreram um processo de aportuguesamento (como guerra, detalhe), e os que demonstram facilmente serem de proveniência estrangeira (*feedback*, *networking*, *show*) ou se camuflam de vernáculos (maiô, abajur) (JAMILK, 2019, p. 352; BECHARA, 2019).

A língua portuguesa é proveniente do latim, que pertence à família das línguas indo-europeias. A língua latina surgiu no centro da Península e se dividiu no século I a.C. em latim literário (apurado com influência grega) e em latim vulgar, sendo esse disseminado livremente com o avanço da expansão do império romano. O latim vulgar foi sendo influenciado por povos com culturas tão diversas, que não conseguiu conservar a sua unidade e diversificou-se nas denominadas línguas românicas, iniciando o período do romance ou romanço, que só finda com o surgimento de textos redigidos em cada uma das línguas românicas. Dentre elas, o português, no século XIII (CUNHA, 2017, p.12-16).

Nesse processo de expansão, o latim chega na península ibérica no século III a.C. A partir do século V, as diversas invasões dos bárbaros germânicos à península aceleraram a assimilação cultural de romanos e germânicos, resultando na influência germânica no léxico e na onomástica do local. Já no século VIII, os árabes invadem a península, gerando consequências linguísticas, como a diferenciação do português dentre o mosaico dialetal conhecido atualmente e a introdução de inúmeras palavras (estima-se que entre quatrocentos e mil termos no léxico português atual tenham origem árabe). Os árabes também intermediaram

a introdução de palavras de origem grega (alambique, alfândega), sânscrita (xadrez), persa (jasmim, laranja) (CUNHA, 2017,p.17; BECHARA, 2019, p.27).

Entre os séculos VIII ao X, o movimento de reconquista anti-islâmico favoreceu o surgimento de grupos cristãos em algumas regiões peninsulares, fundamentando divisões linguísticas, sendo uma denominada galego-português, a qual inicia a fase histórica da língua portuguesa registrada em documentos a partir do século XIII. Em 1139, o reino de Portugal é estabelecido. Após a expansão interna do português, que unifica alguns falares regionais, tem-se a expansão externa por meio das grandes navegações, entre os séculos XV e XVI. Sendo assim o português não se manteve uniforme nem no tempo e nem no espaço, sendo dividido em quatro fases, de acordo com as obras escritas: português arcaico (séc. XVIII-XIV), português arcaico médio (XV-XVI), português moderno (XVI-XVII) e o português contemporâneo (séc. XVIII até atualmente) (BECHARA, 2019, p.27-29).

O processo histórico descrito acima demonstra que, na língua portuguesa, o contato entre os povos e a consequente introdução de estrangeirismos influencia, de forma natural e intensa, toda a sua formação. E tal influência segue acontecendo na atualidade, na sociedade pós-moderna.

A pós-modernidade, que engloba as mudanças ocorridas desde 1950, tem como uma das suas causas a evolução da computação. No desenvolver desse movimento, a ciência e a tecnologia de massa e individual invadiram todas as áreas da sociedade (alimentação, arte, moda, cinema, música). Dessa maneira, a sociedade segue constantemente sendo bombardeada de informações aceleradas e objetos descartáveis, ávida pelos próximos lançamentos de bens e serviços, ao passo que carece de valores morais e sucumbe ao comodismo (SANTOS, 1987).

Nesse processo, a globalização, com suas diversas maneiras de comunicação entre nações e culturas, gera novas palavras para as novas coisas que surgem. De forma rápida e fácil, os novos termos passam a ser utilizados, sem tempo hábil para a tradução (TESTONI & MAIOLA, 2020).

Sendo assim, os estrangeirismos, que sempre se fizeram presentes nas sociedades, interpenetram-se de forma muito mais fácil e rápida, sendo mais frequentes aos brasileiros os de língua francesa, inglesa, espanhola e italiana (BECHARA, 2019).

Atualmente, a língua inglesa é “a língua franca do contato internacional”, sendo a que mais empresta termos ao português e às demais línguas. Até porque, os termos da tecnologia e pesquisa avançada são quase em sua totalidade desenvolvidos e registrados em inglês

(GARCEZ & ZILLES, 2001). Ou seja, as palavras em inglês têm mais força em função do domínio econômico e tecnológico dos EUA, característico de uma sociedade pós-industrial e pós-moderna, que tem como base a informação (SANTOS, 1987).

O EXCESSO DO USO DE ESTRANGEIRISMOS E A PUREZA DA LÍNGUA PORTUGUESA

Alguns autores ao longo da história se posicionaram contra a presença de estrangeirismos, alegando ser a "ruína" da língua portuguesa, como se os termos fossem destruir a estrutura do português e que o desprezo dos falantes pela sua própria língua traria como consequência o seu "fim". Marcos Bagno diz que essas palavras de outros idiomas não possuem tal força que os puristas e conservadores temem (BAGNO, 2007). E, segundo Fiorin (2001), "Não há nenhuma razão para temer qualquer desvirtuamento do idioma em virtude de algumas centenas de empréstimos".

Tal temor contrasta com a solidez da gramática e seu fundo léxico comum, pois o que é proveniente de outras línguas acaba, com o tempo, sofrendo o processo de adaptação por conta das características da língua portuguesa. Por exemplo, na apropriação de alguns verbos provenientes da língua inglesa, como "to start", há a adaptação para "estartar", pela não existência de sílabas iniciais como st- em nossa língua materna (POSSENTI, 2001).

O exposto anteriormente é confirmado pelo fato de que a língua portuguesa tem cada vez maior quantidade de falantes, possuindo 170 milhões de falantes nativos atualmente. Além do mais, a literatura brasileira é reconhecida em todo o mundo, sendo o português cada vez mais falado, escrito, impresso e difundido mundialmente, nos diversos meios de comunicação existentes (BAGNO, 2007).

Quanto ao objetivo deste artigo em identificar se o brasileiro é afetado, por desconhecer vocábulos estrangeiros utilizados no mercado de trabalho, há uma ingenuidade ao se pensar que apenas algumas palavras estrangeiras avulsas e muitas vezes usadas em contextos e grupos específicos possam criar uma dificuldade na comunicação ou prejuízos profissionais. Apesar disso, há de se considerar que, em textos técnicos de especialistas de diversas áreas como economia, informática e esportes, a identificação dos estrangeirismos seria muito útil à compreensão (SCHMITZ, 2001).

Há também uma questão maior, a de que a própria língua portuguesa, falada pela maior parte dos brasileiros, não é uniforme, ela possui muitas variedades, tanto por conta das diferenças de cada região, quanto por conta da má distribuição de renda do país. Ou seja,

dentro da própria língua portuguesa, cria-se um “abismo linguístico”, uma não compreensão entre quem usa variedades não-padrão (a maioria dos brasileiros), muitas vezes desprestigiadas e ridicularizadas e os falantes da variedade tida como a culta, ensinada na escola (BAGNO, 2007).

Os alunos, nas aulas de português, além de aprenderem a ler e a escrever, aprendem as construções mais aceitas socialmente, de maior prestígio por serem utilizadas por escritores consagrados e a argumentar de forma coerente (FIORIN, 2021). O acesso à escola, porém, não é igual para todos.

Estudos apontam que as pessoas que se utilizam de variantes linguísticas que são desprestigiadas sofrem ao tentar compreender mensagens em língua-padrão, inclusive, as mensagens do poder público, deixando de usufruir de direitos e serviços por não entenderem a língua utilizada pelos órgãos públicos, o que seria resolvido se todos tivessem um acesso democrático à língua oficial (BAGNO, 2007).

A respeito do temor em relação à invasão estrangeira na língua portuguesa, Castro (2001) afirma que, segundo linguistas, essa só pode ser combatida com o investimento na cultura brasileira, por meio de leis em prol da proteção da qualidade acadêmica e do salário dos professores, da modernização das escolas públicas, melhor distribuição de renda e incentivo ao consumo da literatura em língua portuguesa.

Quanto ao excesso de anglicismos na língua portuguesa com a virada do terceiro milênio, Arnaldo Niskier (NISKIER, 2022), sétimo ocupante da cadeira nº 18 da Academia Brasileira de Letras expõe: há um “inconformismo com os exageros do uso da língua inglesa na realidade brasileira”. Tal abundância tem como causa a dependência político-econômica (e, portanto, cultural) dos países falantes do português para com os centros mundiais de poder. Sendo assim, Bagno (2007) diz que a dependência é que deveria ser combatida, não o seu efeito.

ESTRANGEIRISMO NO LINKEDIN E O MERCADO DE TRABALHO

As redes sociais são carregadas de estrangeirismos e o usuário deve estar em constante atualização para o seu domínio, já que sempre há o surgimento de novos termos (SILVA, 2018). Por esse motivo, a rede social profissional LinkedIn foi escolhida como foco da pesquisa em questão.

O LinkedIn foi fundado nos Estados Unidos em 2002, com lançamento oficial em 2003 por cinco pessoas, incluindo o cofundador Reid Hoffman, com o objetivo de ser uma

rede profissional on-line de conexões significativas, com a criação de rede de trabalho constante e relevante. O LinkedIn está atualmente em mais de 200 países, com mais de 850 milhões de usuários (CARAMEZ, 2022).

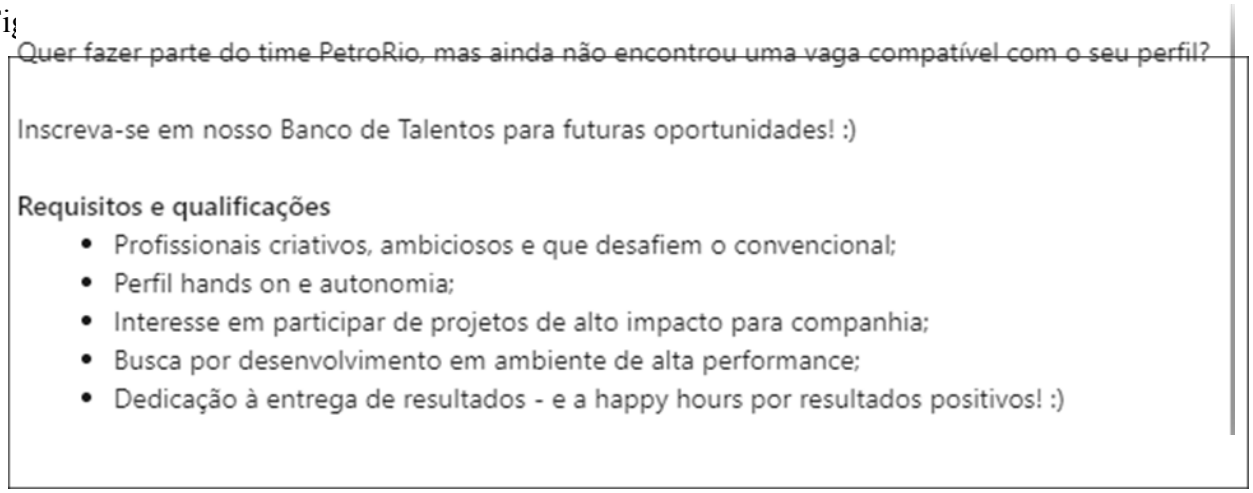
Há mais de 50 milhões de brasileiros (aproximadamente 130 novos usuários brasileiros por minuto) que estão se relacionando com cerca de 30 milhões de empresas. O Brasil é o quarto lugar do ranking em número de usuários na plataforma; Estados Unidos, Índia e China ocupam as posições superiores (LINKEDIN, 2022).

Caramez (2022) aponta que a rede disponibiliza a ferramenta "Portal de Vagas", para quem está buscando emprego ou está em transição de carreira, além de também possibilitar que o sujeito se candidate por meio de anúncios da rede. Para se beneficiar, o usuário deve manter um perfil bem escrito, atualizado, ser consistente na rede e acompanhar as páginas das empresas e suas respectivas publicações.

A rede social LinkedIn, estando presente em tantos lugares, expõe a dependência política, econômica e cultural dos países com um dos principais centros do poder do mundo pós-moderno, os Estados Unidos da América, a partir da grande influência do inglês no dia a dia, como língua universal.

A partir dessas observações, analisaram-se postagens de recrutamento em páginas de diversas empresas, selecionando aquelas direcionadas aos usuários que desejam se candidatar a vagas. Buscou-se, assim, identificar se o desconhecimento de tais vocábulos pode dificultar a compreensão do texto por parte dos candidatos.

Fi


Quer fazer parte do time PetroRio, mas ainda não encontrou uma vaga compatível com o seu perfil?

Inscreva-se em nosso Banco de Talentos para futuras oportunidades! :)

Requisitos e qualificações

- Profissionais criativos, ambiciosos e que desafiem o convencional;
- Perfil hands on e autonomia;
- Interesse em participar de projetos de alto impacto para companhia;
- Busca por desenvolvimento em ambiente de alta performance;
- Dedicação à entrega de resultados - e a happy hours por resultados positivos! :)

Fonte:https://www.linkedin.com/jobs/view/3242532212/?refId=pnUTHoYdUBFliNY1fqwUVg%3D%3D&trackingId=7dk3zzUiIytYTB9FBI%2BJ8A%3D%3D. Acesso em: 05 set.2022.

O texto acima foi retirado de uma publicação no portal de vagas da PetroRio, que se denomina em sua página no LinkedIn (PETRORIO, 2022) como “a maior companhia independente de óleo e gás do Brasil”, com o foco em atrair possíveis candidatos ao seu banco de talentos. Há duas expressões estrangeiras presentes: *hands on* e *happy hour*.

De acordo com o portal de ensino à distância da Pontifícia Universidade Católica (2022), a expressão *hands on* tem o mesmo significado da expressão em português “colocar a mão na massa”, referindo-se a um profissional com perfil de encarar o que lhe é proposto de forma proativa e autônoma. Qual seria então a razão pela preferência dos brasileiros no uso da expressão em sua forma estrangeira?

Com relação à expressão *happy hour*, o Dicionário Aurélio (FERREIRA, 2004) traz o verbete, com a indicação da sua origem do inglês, a tradução literal – hora feliz – e a pronúncia; define *happy hour* como um “período após o expediente de trabalho, em que as pessoas se encontram em bares, restaurantes, etc., para comer, beber, comer e conversar”.

Garcez e Zilles (2001) contribuem com a discussão da presente pesquisa com o argumento de que, se o uso de termos estrangeiros na língua portuguesa fosse excludente, a imensa maioria da população brasileira estaria excluída do convite para um *happy hour,* por não ter tido a oportunidade de aprender inglês. Os autores alegam que há dois equívocos nesse raciocínio “linguisticamente preconceituoso”: primeiro, que já utilizamos a linguagem, com ou sem estrangeirismos, para definir quem está ou não em nosso grupo social, sendo muito mais eficaz exigir o uso de uma variedade linguística falada pelas classes dominantes do que usar palavras estrangeiras; o segundo equívoco é crer que só pessoas que conhecem o inglês usariam anglicismos em suas falas.

Figura 2 – Publicação 2

Fonte: https://www.linkedin.com/company/petrorio/posts/?feedView=all Acesso em: 17 set. 2022

Na publicação 2, da PetroRio, há algumas palavras estrangeiras: *tieback, subsea, mindset* e *link.*

Segundo o Dicionário de Petróleo em Língua Portuguesa (2022), *tieback* se refere a "operação realizada com o objetivo de emendar (conectar) duas partes de uma mesma coluna de revestimento", enquanto *subsea* se refere ao que está abaixo da superfície do mar (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2022).

Os termos *tieback* e *subsea* são exemplos de anglicismos avulsos e são muitas vezes usados em contextos e grupos específicos, tratados na seção 2, pois são termos usados pela indústria de petróleo e gás.

De acordo com a Universidade da Santa Cruz do Sul, *mindset* na tradução literal é "mentalidade". Porém, o conceito do termo apresentado no livro "*Mindset*: a nova psicologia do sucesso", de Carol S. Dweck, relaciona-se com a forma com que o cérebro responde a estímulos, processa informações, sendo responsável por nossas ações e decisões. *Mindet* se

relaciona com a busca por evolução, aperfeiçoamento e esforço, em prol de resultados favoráveis (UNISC, 2022).

Conforme Garcez e Zilles (2001), muitos estrangeirismos não são reconhecidos pelos próprios falantes das línguas de sua procedência, pois lhes são dados novos significados em países que se apropriam de tais termos. Os autores trazem como exemplo a palavra *outdoor*, a que lhe foi atribuída o significado de publicidade de rua, na língua portuguesa. Porém, conforme o Oxford Advanced Learners's Dictionary (HORNBY, 2000), as palavras designadas para publicidade de rua aos falantes da língua inglesa seriam *hoarding* (inglês americano) ou *billboard* (inglês britânico), sendo definidas como "a large board on the outside of a building or at the side of the road, used for putting advertisements on", ou seja, uma grande placa no exterior de um prédio ou na beira da estrada, usada para colocar anúncios (tradução nossa).

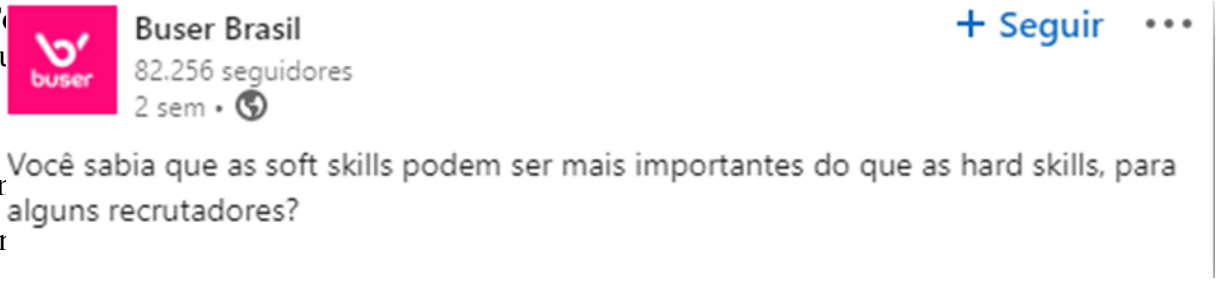
Segundo o Dicionário Aurélio (2004), *outdoor* é "uma designação genérica de qualquer propaganda (painel, letreiro luminoso, parede pintada, etc.) exposta ao ar livre e que se caracteriza por forte apelo visual e comunicação instantânea". Porém, no dicionário Oxford (HORNBY, 2000), *outdoor* tem outras conotações, como, por exemplo, caracterizar situações/atividades ao ar livre, ou definir que algo é usado, acontece ou está situado do lado de fora de uma construção: "used, happening or situated rather than in a building".

Garcez e Zilles (2001) apontam o termo *outdoor* como, muitas vezes, irreconhecível aos que não dominam a língua portuguesa, sendo algo inovador, ou até mesmo equivocado. Tal fenômeno é semelhante ao que ocorre com a palavra *mindset* na publicação 2.

A palavra *link,* segundo o Dicionário Online de Português (2022), é uma palavra proveniente do inglês, *hyperlink*, e refere-se ao "elemento, trecho ou palavra destacada, capaz de (com um clique) conectar e redirecionar o usuário para outro elemento, documento ou site.". O vocábulo encontra-se no Vocabulário Ortográfico do Português, o VOP (2022).

Bagno (2001) afirma que não existe língua pura e que termos em inglês da área de informática só não seriam disseminados no Brasil, se toda a tecnologia à qual esses termos são aplicados fossem impedidos no país, o que seria "impossível, além de insano", não havendo motivos para oposições quanto ao uso de anglicismos.

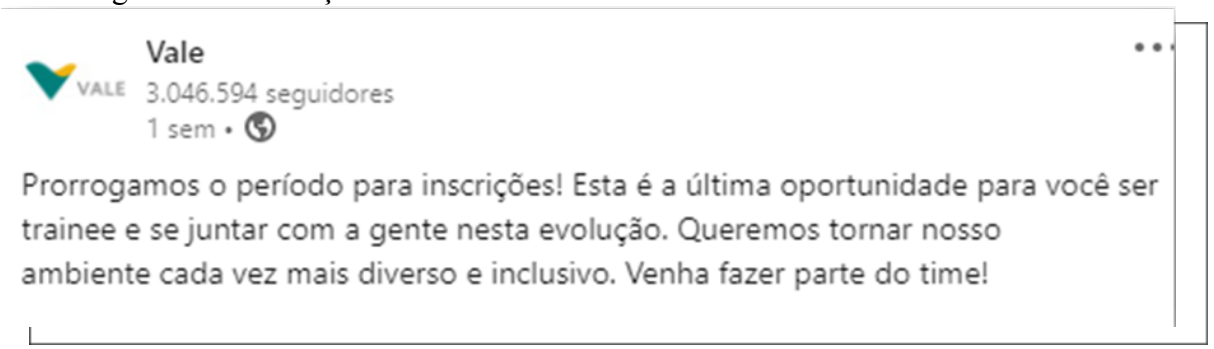
Figura 3 – Publicação 3



LinkedIn como “Top *Startup* do Brasil”. O texto acima é parte de uma postagem ensinando possíveis candidatos a se prepararem para processos de recrutamento, e apresenta os termos *soft skills* e *hard skills.*

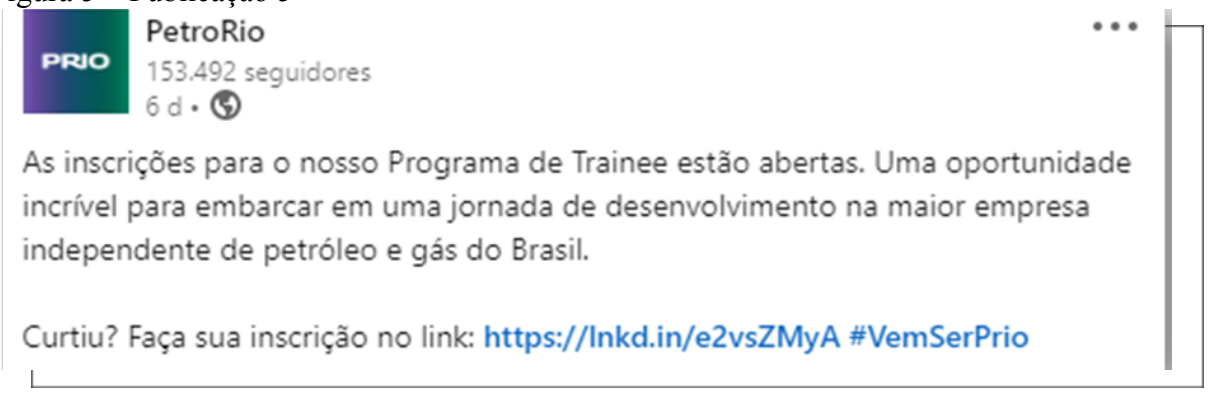
Apesar da palavra *skills* no sentido literal significar “habilidades”, tal tradução não descreve corretamente os termos, sendo esses mais exemplos de anglicismos utilizados com outros significados. Enquanto *hard skills* são “as habilidades que podem ser facilmente aprendidas (e ensinadas) por meio de cursos, treinamentos, *workshops*”, como uma língua estrangeira, por exemplo; *soft skills* são “as habilidades sociocomportamentais, ligadas diretamente às aptidões mentais de um candidato e à capacidade de lidar positivamente com fatores emocionais.”, abrangendo a experiência profissional, o que as tornam mais difíceis de serem ensinadas. Ambas são fundamentais para avaliar a qualificação de quem concorre a uma vaga (DIAS, 2022).

Figura 4 – Publicação 4



Fonte: https://www.linkedin.com/company/vale/posts/?feedView=all. Acesso em: 09 out. 2022.

Figura 5 – Publicação 5



Fonte: https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6982791591023267840/. Acesso em: 09 out. 2022

Conforme as publicações 4 e 5, tanto a Vale (2022), "uma mineradora global produtora de minério de ferro, pelotas e níquel", quanto a PetroRio, empresa brasileira de Óleo e Gás, utilizam-se do LinkedIn para convocar candidatos para as vagas de *trainee*, demonstrando que tal vocábulo é comumente utilizado pelas empresas.

O termo refere-se a "um profissional recém-formado ou prestes a se formar que a empresa procura para treinar em determinadas áreas" (VAGAS, 2022). Ou seja, é importante que o candidato compreenda e busque conhecer estrangeirismos até mesmo para saber qual vaga está de acordo com o seu perfil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa objetivou, por meio de exemplos, analisar estrangeirismos na rede social profissional LinkedIn e como esses podem prejudicar candidatos a vagas de emprego. Pôde-se compreender que palavras estrangeiras sempre estiveram presentes ao longo do processo de formação da língua portuguesa, independente das controvérsias que existam entre os puristas, que defendem uma língua pura, e os que defendem a diversidade e variações linguísticas.

Pelas publicações apresentadas, de empresas brasileiras, observamos que o inglês está presente na vida do falante do português. Os exemplos apresentados neste artigo demonstram que, apesar de alguns vocábulos já estarem presentes no vernáculo da língua portuguesa, há um grande número deles que ainda não está. Há palavras sendo até mesmo utilizadas com um significado diferente do seu país de origem.

É válido, portanto, que o candidato que deseja buscar vagas no LinkedIn conheça os anglicismos que ainda não estão no vernáculo português, bastando realizar a busca do significado de tais vocábulos e se adaptar ao seu uso, em especial referentes à sua área de atuação.

Diante do apresentado, conclui-se que o falante da língua portuguesa já está habituado com a presença de estrangeirismos na língua e não será prejudicado ao realizar uma busca por emprego no LinkedIn, pois na maioria dos casos expostos, o usuário pode buscar a compreensão do vocábulo a ele desconhecido por meio do contexto, pois não há um exagero de uso nas publicações.

O artigo em questão sugere, para continuidade do estudo e uma análise mais profunda, uma pesquisa mais abrangente, com uma maior amostragem de estrangeirismos no LinkedIn, assim como uma análise em publicações dos próprios usuários que se utilizam da rede para a busca de vagas de emprego. Além do mais, sugerem-se estudos mais aprofundados em outras redes sociais profissionais.

REFERÊNCIAS

BAGNO, Marcos. Cassandra, Fênix e outros mitos. In: FARACO, Carlos Alberto. **Estrangeirismos:** guerras em torno da língua. São Paulo: Parábola Editorial, 2001.

BAGNO, Marcos. **Preconceito linguístico:** o que é, como se faz. 49. ed., São Paulo: Loyola, 2007.

BECHARA, Evanildo~~, 1928~~. **Moderna Gramática Portuguesa** 39. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2019.

BUSER, 2022. Home [página do LinkedIn]. LinkedIn. Disponível em: https://www.linkedin.com/company/buserbrasil/?originalSubdomain=br. Acesso em: 02 nov. 2022

CAMBRIDGE DICTIONARY. Disponível em: https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/subsea. Acesso em: 09 out. 2022

CARAMEZ, Pedro. **Vencer com o LinkedIn.** 2. ed. São Paulo: Amazon, 2022. *Ebook.*

CASTRO, Gilberto de. **O fardo furado do estrangeirismo.** Curitiba: Educar, 2001.

CUNHA, Celso; Lindley Cintra. **Nova gramática do português contemporâneo**. 7. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2017.

DIAS, Guilherme. **Hard skills e soft skills**: o que são e quais as principais diferenças? Gupy. Disponível em: https://www.gupy.io/blog/hard-skills-e-soft-skills. Acesso em: 07 out.2022.

DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS. **Dicio.** Disponível em: https://www.dicio.com.br/offshore/. Acesso em: 09 out. 2022.

DICIONÁRIO DE PETRÓLEO EM LÍNGUA PORTUGUESA. **Dicionário Petróleo e Gás** Disponível em: https://dicionariopetroleoegas.com.br/dictionary/tie-back/#:~:text=1%20Opera%C3%A7%C3%A3o%20realizada%20com%20o,exigem%20prote%C3%A7%C3%A3o%20do%20revestimento%20anterior. Acesso em: 09. Out.2022.

HORNBY, Albert Sidney. **Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English.** 6. ed. Oxford: Oxford University Press, 2000.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio de Língua Portuguesa** 3. ed. Curitiba: Positivo, 2004.

FIORIN, José Luiz. Considerações em torno do projeto de lei nº 1676/99 In: FARACO, Carlos Alberto. **Estrangeirismos:** guerras em torno da língua. São Paulo: Parábola Editorial, 2001.
FIORIN, José Luiz. **Introdução à Linguística.** 6. ed. São Paulo: Contexto, 2021.
GARCEZ, Pedro M, ZILLES, Ana Maria Stahl, Estrangeirismos, desejos e ameaças. In: FARACO, Carlos Alberto. **Estrangeirismos:** guerras em torno da língua. São Paulo: Parábola Editorial, 2001.

JAMILK, Pablo. **Português Sistematizado**. São Paulo: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788530988296. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530988296/. Acesso em: 14 set. 2022.

LINKEDIN PRESS About Us. Disponívelem: https://press.linkedin.com/about-linkedin. Acesso em: 05 abr.2022.

NISKIER, Arnaldo. Os saberes da língua portuguesa. **Academia Brasileira de Letras**. Disponível em: https://www.academia.org.br/artigos/os-saberes-da-lingua-portuguesa. Acesso em: 15 set.2022.

PETRORIO, 2022. Home [página do LinkedIn]. LinkedIn. Disponível em: https://www.linkedin.com/company/petrorio. Acesso em 02 nov. 2022.

POSSENTI, Sírio. A questão dos estrangeirismos. In: FARACO, Carlos Alberto. **Estrangeirismos:** guerras em torno da língua. São Paulo: Parábola Editorial, 2001.

SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que pós-modernidade.** São Paulo: Brasiliense, 1987.

SCHMITZ, John Robert. O projeto de lei nº1676/99 na imprensa de São Paulo. In: FARACO, Carlos Alberto. **Estrangeirismos:** guerras em torno da língua. São Paulo: Parábola Editorial, 2001.

SILVA, Pedro Henrique Corrêa Silva. **Facebook, uma ferramenta propícia à criação de estrangeirismos em língua portuguesa.** 2018. 18 f. Trabalho de Conclusão de Curso

(Licenciatura em Letras) - Departamento de Letras, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2018.

TESTONI, Paulo Henrique; MAIOLA, Carolina. O uso dos Estrangeirismos na Rede Social Twitter. **Revista Maiêutica.** Indaial: Centro Universitário Leonardo Da Vinci - Uniasselvi, ed. 8, p.31-36, 2020. Disponível em: http://publicacao.uniasselvi.com.br/index.php/LED_EaD/article/viewFile/2067/973#page=31 Acesso em: 11 maio 2022.

UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL, **UNISC.** Disponível em: https://ead.unisc.br/blog/o-que-e-mindset Acesso em: 08 out. 2022.

VALE, 2022. Home [página do LinkedIn]. LinkedIn. Disponível em: https://www.linkedin.com/company/vale. Acesso em: 02 nov. 2022.

VOCABULÁRIO ORTOGRÁFICO PORTUGUÊS. **VOP**. Disponível em: http://portaldalinguaportuguesa.org/simplesearch.php?action=lemma&lemma=23282&highlight=^offshore$. Acesso em: 09 out. 2022a.

VOCABULÁRIO ORTOGRÁFICO PORTUGUÊS. **VOP**. Disponível em: http://portaldalinguaportuguesa.org/simplesearch.php?action=lemma&lemma=23282&highlight=^link$. Acesso em: 09 out. 2022b.