

**Comunicação dos *millennials* e uso do “tipo”: estudo linguístico da incidência dos vícios de linguagem oral entre discursos de universitários**

**Communication of millennials and use of "type": linguistic study of the incidence of language addiction among discourses of university students**

**Comunicación de los *millennials* y uso del "tipo": estudio lingüístico de la incidencia de los vicios de lenguaje oral entre discursos de universitarios**

Recebido: 11/03/2019 | Revisado: 18/03/2019 | Aceito: 30/03/2019 | Publicado: 30/03/2019

**Jean Claudio de Souza**

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5148-2423>

Universidade Federal de Itajubá, Brasil

E-mail: [jeanclaudio13@gmail.com](mailto:jeanclaudio13@gmail.com)

**Priscilla Chantal Duarte Silva**

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5148-2423>

Universidade Federal de Itajubá, Brasil

E-mail: [priscillachantal@unifei.edu.br](mailto:priscillachantal@unifei.edu.br)

**Ricardo Shitsuka**

ORCID: <http://lattes.cnpq.br/6004113212348964>

Universidade Federal de Itajubá, Brasil

E-mail: [rshitsuka@yahoo.com](mailto:rshitsuka@yahoo.com)

**Max Leandro de Araújo Brito**

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2827-9886>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: [maxlabrito@gmail.com](mailto:maxlabrito@gmail.com)

**Dorlivete Moreira Shitsuka**

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3282-4843>

Universidade Federal de Itajubá, Brasil

E-mail: [dorlivetems@gmail.com](mailto:dorlivetems@gmail.com)

**Resumo**

A língua Portuguesa falada no Brasil está em evolução com as influências sociais. O objetivo deste artigo é verificar a incidência do uso de vícios de linguagem, especificamente o uso do termo “tipo”, entre jovens estudantes universitários de uma universidade brasileira. Realizou-

se uma pesquisa online para saber os vícios de linguagem mais comuns entre os estudantes e a frequência com que ocorrem no discurso. Os dados mostraram que o termo “tipo” está entre os mais falados entre os informantes, perdendo apenas para os termos “vei” e “mano” e está associada à ideia de incerteza, despreparo, vício ou imitação e falta de ampliação de vocabulário. Pode-se concluir que urge uma intervenção acerca das práticas comunicativas e linguageiras nas escolas para que haja mudança no uso dos vícios de linguagem, sobretudo entre o público estudado.

**Palavras-chave:** Vícios de linguagem; Marcadores Discursivos; Geração Y; Linguagem oral.

### **Abstract**

The Portuguese language spoken in Brazil is evolving with social influences. The purpose of this study is to verify the incidence of language addiction, specifically the use of the term "type", among young university students of a Brazilian university. An online survey was conducted to find out the most common language addictions among students and the frequency with which they occur in speech. The data showed that the term "type" is among the most spoken among informants, second only to the terms "vei" and "mano" and is associated with the idea of uncertainty, unpreparedness, vice or imitation and lack of vocabulary expansion. One can conclude that there is an urgent need to intervene in communicative and linguistic practices in schools so that there is a change in the use of language addictions, especially among the public studied.

**Keywords:** Language vices; discourse markers; Y generation; Oral language.

### **Resumen**

El idioma portugués hablado en Brasil está evolucionando con influencias sociales. El objetivo de este artículo es presentar un estudio en el que se busca verificar la incidencia del uso de vicios de lenguaje, específicamente el uso del término "tipo", entre jóvenes estudiantes universitarios de una universidad brasileña. Se realizó una encuesta en línea para conocer los vicios de lenguaje más comunes entre los estudiantes y la frecuencia con que ocurren en el discurso. Los datos mostraron que el término "tipo" está entre los más hablados entre los informantes, perdiendo sólo para los términos "vei" y "mano" y está asociada a la idea de incertidumbre, despreparo, vicio o imitación y falta de ampliación de vocabulario. Se puede concluir que urge una intervención acerca de las prácticas comunicativas y lingüísticas en las escuelas para que haya cambio en el uso de los vicios de lenguaje, sobre todo entre el público estudiado.

**Palabras clave:** Vícios de linguagem; Marcadores discursivos; Generación Y; Lengua oral.

## 1. Introdução

No Brasil atual, ouve-se no cotidiano muitos termos coloquiais, gírias e isso é comum no vocabulário de qualquer sociedade, uma vez que é um produto da oralidade das línguas e facilita a socialização e comunicação humana. O que se tem observado é um aumento no emprego e na frequência desses termos, sendo isso uma consequência do comportamento da população, que se altera com o passar das gerações.

Um idioma é uma ferramenta de comunicação ou um sistema linguístico usado por um grupo social. Ela é viva, mutável e evolui ao longo do tempo e espaço. As palavras se alteram ao longo dos anos e conforme a necessidade e aceitação da sociedade e elas podem se tornar oficiais sendo citada nos dicionários daquela língua.

O presente artigo destaca uma geração específica: os *Millennials*, também conhecidos como Geração Y, na qual a maior parte da população mundial atual está inserida sendo portanto a que mais exerce influência na mídia nos novos costumes. O problema se inicia quando a próxima geração surge em meio a esse turbilhão de informações dos Y que é a geração Z. Nesta última, enquadram-se os jovens nascidos em meio à ampla utilização da mídia da Web, smartphones e tecnologias.

Diversos vícios de linguagem recentes são utilizados pelos *Millennials*, o que acaba formando uma espécie de padrão para as futuras gerações, que passam a reproduzir esses vícios, muitas vezes sem terem noção de meios coloquiais ou formais, como é o caso das crianças. Nesse caso, é crucial o papel da escola na educação e formação linguística dos estudantes.

Bittencourt (1999) reforça que certas expressões presentes no discurso oral de muitos jovens acabam se disseminando na fala adulta e até mesmo tendo reflexos na escrita. Hoje, nota-se que além dos vícios de linguagem clássico como: subir pra cima; entrar para dentro; vou estar te ligando; entre outros, alguns outros termos surgiram e acabaram se tornando vícios pela considerável incidência no plano discursivo, tais como: “a nível de”; “ao meu ver”; “tipo assim” ou somente “tipo”, objeto principal deste estudo. Para Charaudeau (2006) e também Charaudeau (2012) no discurso se deve buscar a cooperação entre os interlocutores e deste modo com a competência entre eles há o entendimento e ocorre a comunicação. Como

bem lembra Bittencourt (1999: 40), configuram-se “lexemas distintos de sua classe originária”. Sob esse aspecto, pode-se dizer que orientam para efeitos de sentido diferentes. Por exemplo, o termo “tipo” pode dar o sentido de alguns conectivos como: por exemplo, dessa forma, desse modo, como, assim. Tendo em vista o contexto apresentado, o objetivo deste artigo é verificar a incidência do uso de vícios de linguagem, especificamente o uso do termo “tipo”, entre jovens estudantes universitários de uma universidade brasileira.

## 2. Língua viva

A língua altera-se de acordo com o povo ao longo da história, expressando maneiras de nomear o mundo em nomes. De modo semelhante à evolução Darwiniana, uma língua torna-se semelhante a um “ser vivo” e passa a apresentar novas características como é o caso de palavras, gírias e normas que, ao decorrer do tempo, as mais aptas se fixam no ambiente tornando-se sustentáveis ao passo que as obsoletas caem no esquecimento ou até mesmo deixam de existir. Bechara apud Polato (2007) considera que um vocábulo entra para o dicionário quando é amplamente utilizado e se os escritores ou profissionais sentem a necessidade de incluí-lo.”[...] A língua muda com o tempo, segue seu curso, transforma-se”(Bagno, 2003: 98).

As mudanças podem ser implantadas na língua para regularizar o método de como empregá-la e trazer um consenso na comunicação entre indivíduos. Este é o caso das alterações determinadas pela Lei no Acordo de Unificação Ortográfica, por exemplo, que foi elaborada em 1990 com a finalidade de aproximar os países de língua portuguesa e, conforme Brasil (2008) passou a ser aplicada em paralelo com a ortografia antiga a partir de 2009.

No Brasil, o novo acordo ortográfico passou a valer oficialmente a partir de 2016. Este acordo é apenas um exemplo de como a língua sofre mudanças, tanto na língua falada, quanto na escrita. Gírias e outras espécies de vícios de linguagem também sofrem alterações ao longo do tempo, pois estão atrelados à sociedade, à convencionalidade e ao tempo. Em paralelo há a evolução que ocorre nas escolas e no ensino do idioma português. Para Nonato (2018: 222) “processos de legitimação da linguagem oral como objeto de saber escolar e, especialmente, de ensino da disciplina curricular língua portuguesa, na escola brasileira”. Por meio desses processos, pode ocorrer o aprendizado e desenvolvimento da língua portuguesa nos estudantes de modo democrático e participativo.

Considera-se que, em geral, a língua falada se altera com mais facilidade e rapidez uma vez que ela precede a escrita sendo desta forma mais natural e mutável. Uma das

consequências disso é que surgem expressões que se tornam “famosas” em um determinado período, porém que podem se tornar inutilizadas mais tarde ou mesmo existem aquelas que são passadas de geração para geração.

### **3. Heranças para os *Millennials* e Consequências do uso do “tipo” na linguagem dos jovens brasileiros**

Diversidade é a palavra que marca a geração Y e se existe outra palavra para defini-la, seria “tecnologia”, nascida no *boom* da internet e movida pela curiosidade. Graças a isso, valores diferentes surgiram e se espalharam pela geração que hoje representa a maior parte da população mundial. Customizada e livre, ela se mostra mais disposta a escolher o que é melhor para o bem pessoal, seja por orientação sexual, religião e até gírias.

Conhecer culturas diferentes é uma vontade geral dessa geração. Em princípio, os jovens estão mais avessos a padrões herdados de seus pais e avós. Para esclarecer essa destoaância, pode-se tomar por exemplo a geração dos *babyboomers*, crianças nascidas pós-guerra, que no Brasil lutaram contra a ditadura. A geração da Jovem-Guarda, tropicalismo e *rock'n roll*. Estes tinham como objetivo de vida um emprego estável, por longos períodos, estabilidade financeira para poderem se casar, terem filhos e garantirem uma aposentadoria tranquila. Não que não seja o sonho de muitas pessoas da geração atual, porém o foco alterou-se.

Na década de 70, os *babyboomers* já haviam causado um enorme impacto na cultura mundial, pós-movimento hippie, e então tiveram seus próprios filhos, uma nova geração que traria uma incógnita em relação ao seu método de pensar e agir, assim nasceu a geração X. Os brasileiros X's cresceram em meio ao regime militar e se tornaram jovens ainda na década de 80, quando participaram das “Diretas já!” e viram as tecnologias invadirem as residências. Redefiniram a relação entre trabalho e recompensa, buscando um rápido acúmulo de capital e sucesso profissional, transformando os escritórios em zonas de disputa de melhores cargos. Por conta desse foco em suas carreiras a vida pessoal foi sendo deixada em segundo plano, o que acarretou em menores taxas de natalidade e casamentos tardios, índices esses também resultados da melhor imersão da mulher no mercado de trabalho.

Já nos anos 80 e 90, a internet foi a grande revolução da comunicação, abrindo as portas da geração Y - os *millennials*. As conexões agora eram feitas entre jovens de todo o planeta, transcendendo a mera identidade pessoal, inundando de informações, pensamentos e

ideias, a cultura destes jovens. A busca de conhecimento tornou-se mais prática e rápida facilitando a diversidade cultural, o que desenvolveu uma maneira não linear de pensar.

Cargos e hierarquias perdem suas importâncias perante aos *Millennials*. A escolha da carreira agora está muito mais ligada ao prazer e ao nível de desconhecimento que será adquirido, optando muitas vezes pelo método de *job rotation*, adotado por muitas empresas para maximizar o conhecimento de todos seus funcionários, intercalando-os em setores diferentes da empresa periodicamente. Este método é duplamente atrativo, uma vez que tem a fuga da rotina, evitada por esses jovens, assim como a estagnação profissional.

Essa velocidade de comunicação influencia também nas expressões usadas nas falas dos *millennials*, como expressões que partem de redes sociais ou jogos *online*, até mesmo estrangeirismo advindos da globalização. O comportamento impulsivo e impaciente dos jovens reflete criando abreviações de palavras e uma falência na eloquência e na riqueza de vocabulário, gerando pequenos vícios de linguagem, palavras que são repetidas a esmo com diversos motivos.

É sabido que os termos coloquiais estão presentes na linguagem cotidiana, partindo dos termos mais usados pela geração Y, podemos perceber a grande presença do termo “tipo” no cotidiano brasileiro. Devido ao costume do uso de gírias, jovens brasileiros passam a utilizá-las em momentos considerados inadequados como em uma apresentação escolar, por exemplo, ou ainda em entrevistas de trabalho. Para Freitag (2007: 28), “o estigma social atribuído aos marcadores discursivos pode ser percebido nas orientações para (re) colocação no mercado de trabalho [...]”. Com efeito, acarreta interpretações aos ouvintes de que o locutor apresenta insegurança ou pouco conhecimento sobre o assunto em que se está falando.

Profissionais que trabalham com o público são, muitas vezes, orientados a se policiarem para não usar os marcadores discursivos, sobretudo quando se trata de oratória. Sob esse aspecto, grande parte desses marcadores tornou-se vícios de linguagem, gerando a conotação de insegurança e falta de domínio do conteúdo. Desse modo, caberia ao educador ensinar aos seus alunos discernir o momento do uso do vocábulo coloquial ou formal. Além disso, ele não deve apresentar conceitos do que seria certo ou errado, pois poderia desvalorizar a forma de falar do aluno.

Como lembra Bagno (2003: 124), “ninguém comete erros ao falar sua própria língua materna, assim como ninguém comete erros ao andar ou ao respirar”. O que existe é a inadequação à situação de comunicação ou a situação de uso da língua. Conforme aponta Bagno (2003, p. 130), adequar a linguagem à situação de comunicação está atrelado ao grau de aceitabilidade do que se está dizendo por parte do interlocutor.

É sabido, como bem lembra Bittencourt (1999), que há um preconceito linguístico por trás da presença desses marcadores discursivos e os jovens são muitas vezes rotulados. Acredita-se que seja pelo fato de certos marcadores como “tipo” e “tipo assim” serem muito empregados por esse público, seja pela falta de vocabulário, seja pelo hábito – uma espécie de comunicação particular entre eles. Para Castelano & Ladeira (2010) torna-se cada vez mais comum as expressões “assim”, “tipo” e “tipo assim” na oralidade da Língua Portuguesa e são faladas a todo o tempo de forma natural para diversos fins.

Numa postura preconceituosa, que, segundo Aitchison (1981: 19) é essencialmente de caráter social, esses fiscais linguísticos, em geral, atribuem ao grupo jovem a responsabilidade do que consideram um verdadeiro "crime" contra a língua. Como testemunhos desse juízo desfavorável, mencionem-se aqui rótulos como "geração sem pa lavras", "geração oca", "recriadores inabilidosos", "assassinos do português", dentre muitos outros, que são imputados à fonte presumível dos "desvios" à norma culta, padrão de linguagem assentado no uso literário (Bittencourt, 1999:40)

Segundo Freitag (2007) os marcadores discursivos consistem em elementos linguísticos que se manifestam mais na interação e na linguagem oral. Na visão da autora a falta de prescrição gramatical torna-os estigmatizados e muitas vezes estigmatizados, considerados como vícios de linguagem e cacoetes linguísticos (Freitag, 2007: 23).

Os recursos verbais que operam como marcadores formam uma classe de palavras ou expressões altamente estereotipadas, de grande ocorrência e recorrência. Não contribuem propriamente com informações novas para o desenvolvimento do tópico, mas situam-no no contexto geral, particular ou pessoal da conversação (Marcuschi, 1986:62)

Para Fernandes (2013: 1073), “algumas unidades que são identificadas comumente como elementos que conectam segmentos em um mesmo enunciado ou vinculam enunciados”. Nesse sentido, os marcadores discursivos podem manter o fluxo conversacional, fixar ou requerer a atenção do ouvinte ou ainda formas automatizadas (Macedo & Silva, 1996; Travaglia, 1999; Vicent, Votre & Laforest, 1993). Na perspectiva de Fávero (2004) e de Koch (2005), esses elementos são imprescindíveis para a coesão. Porém, como destaca Marcuschi (2003), não acrescentam informações apenas situam-se no contexto da conversação.

Alguns marcadores bem conhecidos como “né” e “tá”, por exemplo, não apresentam significado referencial e desempenham a função de manter e ritmar o turno do falante segundo Freitag (2007). Os termos “sabe”, “entende” e “viu” já se situam num plano de reforçar o que foi dito e chamar o turno. No caso do uso de “tipo assim” ou simplesmente

“tipo” (seu derivado), os termos costumam não ter uma significação precisa. Podem ser empregados para dar uma explicação, exemplificação. Como destaca Neves (2006), de um modo geral, os modalizadores revelam uma intenção do locutor. Há outros marcadores também, tal como afirma Nonato (2018), que passam por um processo de perda de seu sentido de percepção física e adesão de uma função de percepção cognitiva. Nesse caso enquadram-se: “veja”, “repare”, “olha”, “olhe” e as formas vocalizadas “óia”, “ói”.

Na visão de Marcuschi (1986) apud Castelano & Ladeira (2010), os marcadores podem ser empregados ainda para sustentar o turno, preencher pausas, dar tempo à organização do pensamento, explicitar intenções, indicar o início e o final de uma asserção, dúvida ou indagação. No caso específico dos termos “tipo” e “tipo assim” as autoras consideram, como exposto na tabela a seguir, que ambos atuam para preencher pausas e que o termo “assim”, bem como os demais atuam na organização da sala. Na prática, observa-se que “tipo” possa ser uma variante de “tipo assim”, isto é, originado deste último (Tabela 1).

**Tabela 1 – Noção semântica e ocorrência dos vocábulos**

Noção semântica	Ocorrência dos vocábulos		
	“assim”	“tipo”	“tipo assim”
Dêitico	X		
Anafórico	X	X	
Catafórico	X	X	
Modalizador	X	X	
Preenchedor de pausa	X	X	X

Fonte: Castelano (2013)

Para as autoras, é papel da escola ensinar trabalhar a oralidade para melhor saber adequar a linguagem ao tipo de discurso e à situação de comunicação. Elas ainda ressaltam a necessidade da escola inserir a categoria dos marcadores discursivos nos programas de ensino de língua materna.

Cabe à escola ensinar o aluno a utilizar a linguagem oral nas diversas situações comunicativas, especialmente nas mais formais: planejamento e realização de entrevistas, debates, seminários, diálogos com autoridades, dramatizações etc. Trata-se de propor situações didáticas nas quais essas atividades façam sentido de fato, pois seria descabido “treinar o uso mais formal da fala. A aprendizagem de procedimentos eficazes tanto de fala como de escuta em contextos mais formais, dificilmente ocorrerá se a escola não tornar para si a tarefa de promovê-la (Brasil, 1997 apud Castelano, 2013: 24).



Logo, o excesso de uso desses marcadores sugere que se analise também outros fatores como o de ensino de língua materna e como ele vem sendo efetuado, bem como a insistência dos jovens em utilizar esses marcadores até em situações que exigem formalidade.

Castelano e Luquetti (2014) também apresentam dados de um estudo realizado em 2011 em educação básica em escola pública realizado no Município de Campos de Goytacazes/RJ num conjunto de 30 alunos, no qual se verificou em relação ao uso de “tipo” que este estava mais associado a conteúdo ao passo que “tipo assim” era mais empregado para se obter uma pausa durante a fala dos estudantes. Tal estudo, no entanto, não foi realizado em ambiente virtual como ocorre no presente trabalho.

#### **4. Metodologia**

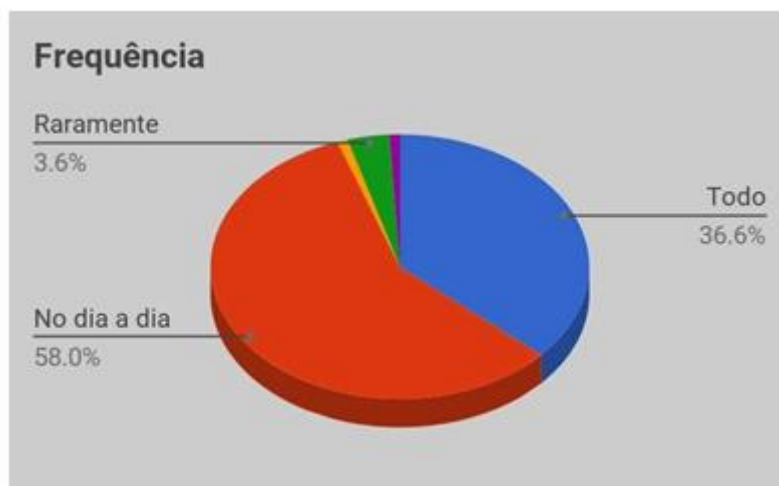
Mattar (2017) considera que é interessante o emprego dos recursos atuais das redes na elaboração de trabalhos científicos. Estes são recursos dos tempos atuais e podem facilitar a obtenção de dados para a pesquisa. Concordamos com as colocações realizadas pelo autor e para a realização da pesquisa, utilizou-se um formulário criado no *Google Docs*, contendo perguntas que garantiam ao informante o anonimato ao mesmo tempo que proporcionou maior agilidade na coleta dos dados. O trabalho buscou compreender a realidade entre as gerações Y e Z. A escolha permitiu maior compreensão entre os entrevistados e suas situações e tempos diferentes assim como uma observação mais detalhada da análise dos resultados.

#### **5. Resultados e discussões**

Apresentam-se a seguir os resultados da pesquisa. O termo “tipo” apareceu entre os 3 termos mais citados na pesquisa, perdendo apenas para os termos “vei” e “mano”, mas ainda a frente em relação a gírias mais usuais. Ademais, o termo “tipo” aparece como um marcador discursivo com bastante evidência na oralidade dos jovens brasileiros. Durante a pesquisa, a partir da observação do discurso dos jovens, pôde-se observar certa dificuldade em usar a linguagem formal na oralidade, sobretudo em extinguir ou diminuir o uso do termo “tipo”. Em outros termos, acredita-se que tenha se tornado um vício de linguagem.

Os resultados de frequência apontam que as gírias fazem parte do cotidiano das pessoas pesquisados apesar da idade (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Relação da frequência das gírias faladas.

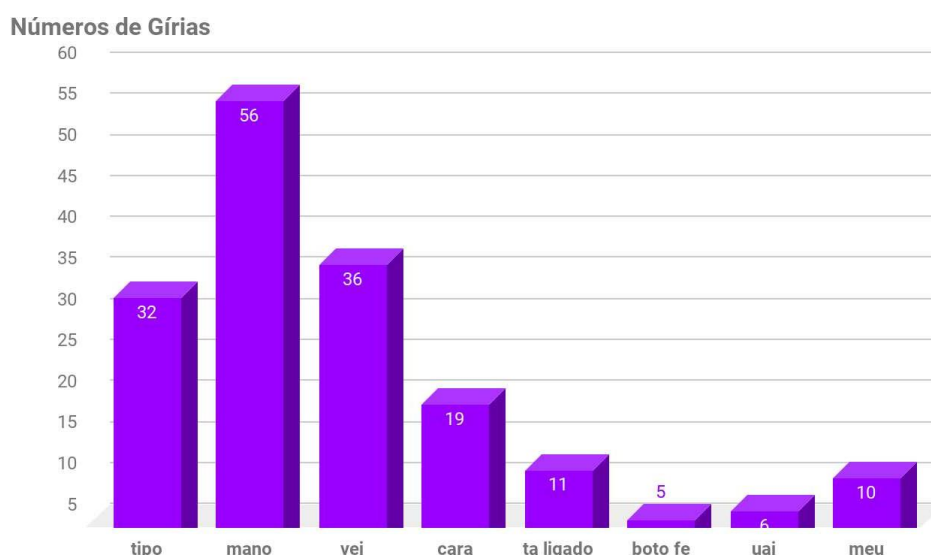


Fonte: Dados dos autores

Por meio do gráfico de “pizza” o leitor pode observar as porcentagens das gírias empregadas no cotidiano pelos respondentes da pesquisa e nele pode-se verificar que a grande maioria das gírias são empregadas no cotidiano, ou seja, mais da metade das respostas como assume em falar gírias, assim como o termo “tipo” cotidianamente e somente 1% nunca ou excepcionalmente.

O Gráfico 3, seguinte, apresenta informações referentes à quantidade de gírias utilizadas.

Gráfico 3 – Relação da idade e gírias mais faladas



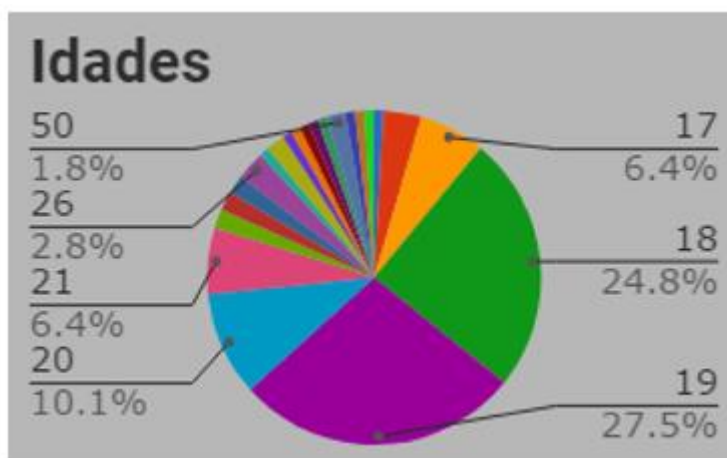
Fonte: Dados dos autores

No gráfico, encontram-se as idades das pessoas pesquisadas e verifica-se que mais de 70% das respostas apresentam *millennials*, tendo assim uma noção maior e melhor da opinião desse público.

Verifica-se por meio da observação da altura das barras que as pessoas mais jovens são as que mais utilizam gírias e marcadores discursivos, seja por falta de domínio da variante formal, seja por hábito entre esse público.

No caso do termo “tipo” foi possível observar que, muitas vezes, é utilizado com múltiplas funções, de modo semelhante aos resultados obtidos no estudo mencionado realizado por Castelano & Luquetti (2014). Como estas pesquisadoras realizaram estudos em ambientes formais ou seja, em escolas da educação básica e na EJA, seus resultados seguem a legitimação preconizada por Nonato (2018), que também realiza estudos em escolas da educação básica e, este fato nos leva a crer que a semelhança do emprego do termo “tipo” se deve ao fato das pessoas na sociedade desta época ou seja, os *millennials* apresentar tal resultado independentemente da coleta no ambiente presencial ou no virtual, diferentemente dos demais termos observados no gráfico acima, em que se ordenam as gírias mais comuns. O gráfico 3, seguinte, apresenta a idade dos respondentes na pesquisa virtual.

Gráfico 3 – Idade e percentual de uso de marcadores discursivos



Fonte: Dados dos autores

Verifica-se em relação à idade neste estudo que ela varia entre 17 a 50 anos. Já no estudo de Castelano & Luquetti (2014), as idades são em geral mais baixas e há também alguns estudantes da Educação de Jovens e Adultos (EJA) de modo que há sobreposição de idades para este último caso e nos caso dos estudantes mais jovens da educação básica pode-se considerar que o convívio com os mais velhos (sejam eles pais ou responsáveis ou pessoas

próximas) pode fazer com que haja alguma semelhança no emprego dos termos neste tempo atual no qual vivemos.

## 6. Considerações finais

O presente artigo contribui com o conhecimento atual sobre a evolução da língua portuguesa na geração dos *millennials* ou seja, ou da grande maioria dos jovens do tempo atual. Este saber torna-se interessante para professores que vão atuar junto a este público ou pessoas que seja do comércio ou da área de propaganda e marketing que vai ter alguma interface com pessoas da geração considerada.

O presente artigo apresentou um estudo realizado com base em levantamento de dados a partir de respondentes na *Web* e mostra como está a evolução do emprego de algumas gírias e palavras como é o caso de “tipo”, “assim” ou “tipo assim” e neste caso foi possível uma comparação com o estudo realizado por Castelano & Luquetti (2014) que realizaram estudo semelhante em ambiente presencial na educação básica e EJA.

Neste estudo verificou-se que o termo “tipo” apareceu entre os 3 termos mais citados desta pesquisa. Foi possível observar que, em geral, o termo foi usado mais de maneira anafórica, na maioria das vezes para exemplificar uma ideia do locutor prejudicando seu discurso, passando a ideia de incerteza, despreparo além de falta de vocabulário. Os termos “vei” e “mano”, tradicionalmente reconhecidos como gírias aparecem mais como um vocativo, muitas vezes, para iniciar um assunto, uma conversa. Torna-se interessante que se realizem estudos futuros que mostrem formas de modificar o discurso falado para amenizar a frequência das gírias na linguagem dos jovens brasileiros.

Como marcador discursivo, sobretudo marcas de oralidade, o termo “tipo” pode ser considerado derivado de “tipo assim”, o que demonstra ser uma tendência variacionista de redução, assim como de “você” para “ocê”. Ademais, observou-se que não são reconhecidos pela gramática normativa e ainda são considerados alvo de estigma social, embora tenham bastante frequência entre os jovens.

Os autores do presente estudo sugerem que para estudos futuros se levantem mais outros termos e gírias empregados pelas gerações atuais bem como as diferenças em relação às outras gerações que estão convivendo com os *millennials*.

## Referências

Bagno, Marcos. (2003). *Preconceito linguístico: o que é, como se faz*. 26ed. São Paulo: Edições Loyola.

Bakhtin, Mikhail. (2011). *A estética da comunicação verbal*. São Paulo. Editora Martins.

Bittencourt, Vanda de Oliveira (1999). Gramaticalização e discursivação no Português oral do Brasil: o caso “tipo (assim)”. *Scripta*. Belo Horizonte, 2(4): 39-53, 1ºsem. 1999.

Brasil. Leis e Decretos. (2008). *DECRETO Nº 6.583, DE 29 DE SETEMBRO DE 2008. Promulga o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, assinado em Lisboa, em 16 de dezembro de 1990*. Available from: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6583.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6583.htm)>. Access on: March, 11, 2019.

Castelano, Karine Lôbo & Ladeira, Wânia Terezinha. (2010). Funções discursivo-interacionais das expressões “assim”, “tipo” e “tipo assim” em narrativas orais. *Revista de divulgação científica em Língua Portuguesa, Linguística e Literatura*, 6(12) – 1 semestre de 2010.

Castelano, Karine Lôbo & Luquetti, Eliana Crispim França L. (2014). Uma abordagem dos vocábulos “assim”, “tipo” e “tipo assim” e suas implicações para o ensino de língua portuguesa. *Revista Científica Interdisciplinar LSP*. ISSN: 2358-8411. 1(1). Article n. 5, Julho/Setembro 2014. D.O.I: 10.17115/2358-8411/v1n1a5. Available from: <<http://revista.srvroot.com/linkscienceplace/index.php/linkscienceplace/article/viewFile/15/10>>. Access on: March, 1<sup>st</sup>, 2019.

Charaudeau, Patrick. (2006). *Discurso das mídias*. Tradução Ângela S. M. Correa. São Paulo. Editora Contexto.

Charaudeau, Patrick & Maingueneau, Dominique. (2012). *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo. Editora Contexto.

Favero, Leonor Lopes; Andrade, Maria Lucia C.V.O & Aquino, Zilda G. O. (2005). *Oralidade e escrita: perspectivas para o ensino de língua materna*. 5ed. São Paulo. Editora Cortez.

Freitag, Raquel Meister Ko. (2007). Marcadores discursivos não são vícios de linguagem. *Interdisciplinar*. 4(4): 224-43, jul/dez, 2007.

Koch, Ingedore G .V. (2000). *A inter-ação pela linguagem*. 5ed. São Paulo. Editora Contexto, 2000.

Macedo, Alzira Tavares & Silva, Gisele Machline de Oliveira. (1996). Análise sociolinguística de alguns marcadores conversacionais in: A.T. Macedo; c. Roncarati; M.C. Mollica. (orgs.). *Variação e discurso*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, p. 11-50.

Marcuschi, Luiz <sup>a</sup> (2003). *Análise da conversação*. 5ed. São Paulo. Editora Ática.

Mattar, João A. (2017). *Metodologia científica na era digital*. São Paulo. Editora Saraiva.

Neves, Maria Helena de M. (2006). Imprimir marcas no enunciado. Ou: A modalização na linguagem. *Texto e Gramática*. São Paulo. Editora Contexto, p.151-221.

Nonato, Sandoval. (2018). Processos de legitimação da linguagem oral no ensino de língua portuguesa. *Cad. Cedes*, Campinas, 38(105): 222-239, maio-ago., 2018. Available from: <http://www.scielo.br/pdf/ccedes/v38n105/1678-7110-ccedes-38-105-222.pdf>. Access on: March, 2<sup>nd</sup>, 2019.

Travaglia, Luiz Carlos. (1999). *O relevo no Português falado: tipos e estratégias, processos e recursos*. In: Maria Helena de M. Neves. (Orgs.), p.71-130.

Vicent, Diane; Votre, Sebastião & Lafort, Marty. (1993). Grammaticalisation et post-grammaticalisation. In: *Langues et Linguistique*, (19): 71-103.

#### **Porcentagem de contribuição de cada autor no manuscrito**

Ricardo Shitsuka – 30%

Priscilla Chantal Duarte Silva – 30%

Max Leandro de Araújo Brito – 20%

Dorlivete Moreira Shitsuka – 20%