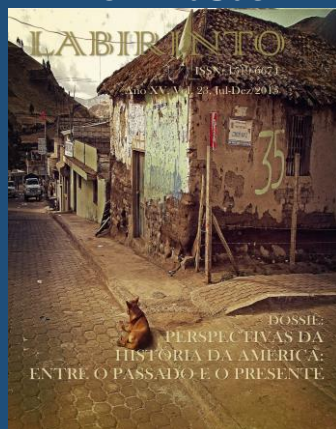


UNIVERSIDADE FEDERAL DE
RONDÔNIA

CENTRO INTERDISCIPLINAR
DE ESTUDO E PESQUISA DO
IMAGINÁRIO SOCIAL



REVISTA LABIRINTO
ANO XV
VOLUME 23
(JUL-DEZ)
2015
PP. 278-296.

O ESTRANGEIRISMO EM NOMES DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS NA CIDADE DE PORTO VELHO - RO

(THE FOREIGN WORDS IN THE NAMES OF COMMERCIAL ESTABLISHMENTS IN THE CITY OF PORTO VELHO-RO)

SOLIMARIA PEREIRA LIMA

Mestranda em Letras pela Universidade Federal de Rondônia
solimaria_lima@hotmail.com

DANIELE XAVIER DA SILVA

Mestranda em Letras pela Universidade Federal de Rondônia
dany-castanho@hotmail.com

NEUSA TERESINHA ROCHA DOS SANTOS

Mestranda em Letras pela Universidade Federal de Rondônia
neusa.santos@ifro.edu.br

ODETE BURGEILE

Doutora em Filologia Inglesa e Professora da Universidade Federal de Rondônia
odeteburg@gmail.com

RESUMO: O uso de estrangeirismo é um fenômeno que pode ser observado amplamente nos mais diversos idiomas e com a Língua Portuguesa não é diferente. Desde o seu surgimento percebe-se a influência de diversas línguas na sua constituição. O fenômeno do estrangeirismo se caracteriza por meio do uso de termos ou expressões de outros idiomas por falantes de determinada língua vernácula. A sociolinguística se ocupa em estudar e entender os fenômenos da língua, em especial, o descrito nesse artigo. Buscou-se através de um estudo na região central de Porto Velho (RO) saber como o estrangeirismo vem sendo utilizado no comércio da cidade e as percepções dos

comerciantes sobre o uso de palavras estrangeiras juntamente com a Língua Portuguesa. A pesquisa baseou-se em teóricos como Calvet (2002), Labov (2008), Hall (2009), Faraco (2004). Observou-se que os comerciantes utilizam termos estrangeiros em nomes de seus estabelecimentos comerciais em busca de prestígio social e status. O fenômeno estrangeirismo pode ser positivo ao considerar que as línguas estão sempre em contato e os falantes de uma língua estarão sempre adequando a língua às situações de suas necessidades de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Estrangeirismo; estabelecimentos comerciais; Língua Portuguesa.

ABSTRACT: The use of foreign words is a phenomenon that can be observed widely in several languages and the Portuguese language is no different. Since its inception we see the influence of several languages in its constitution. The foreignness of the phenomenon is characterized by the use of words or phrases from other languages by speakers of a particular vernacular. The sociolinguistics is concerned to study and understand the language phenomena, in particular the one described in this article. We attempted through a study in central Porto Velho (RO) know what the foreignness has been used in the city's trade and perceptions of traders on the use of foreign words with the Portuguese. The research was based on theoretical and Calvet (2002), Labov (2008), HALL (2009), FARACO (2004). It was observed that traders use foreign words in names of their shops in search of social prestige and status. The foreignness phenomenon can be positive when considering that the languages are always in contact and the speakers of a language are always adapting the language to situations of their communication needs.

KEY-WORDS: Foreignness. Shops. Portuguese.

A língua é reconhecidamente o principal meio de comunicação entre os seres humanos. Ela é capaz de realizar a interação entre os mais diversos povos e realidades. Ao buscar sistematizar o início dos estudos em linguagem, faz-se necessário citar Saussure (1970) que analisou a língua em seu aspecto estrutural e formal, deixando de lado os atos de fala, sendo muito criticado por isso. Foi precedido por Labov (1972), que trata da língua como fato social, ao analisar a estratificação social do inglês em Nova Iorque.

A partir de então, temos em evidência os estudos sobre linguagem, caracterizando-se pelo estudo da língua como fato social. Vasconcelos (2008, p. 30) relata que o "objeto da linguística, a partir da década de cinquenta e sessenta, é caracterizado como o estudo da língua falada em seu contexto social".

A língua passou por diversos momentos conceituais e tem sofrido diversas concepções até se chegar a sua concepção social. Meillet (1866-1936) fala sobre o caráter social da língua, apresentado como discípulo de Saussure que traz o caráter mais formal da língua em suas teorias (CALVET, 2002).

O estudo de línguas ocorre nas comunidades linguísticas e observa-se diferentes maneiras de falar nas mais diferentes comunidades. Essa diversidade

caracteriza as variações linguísticas. Alkimin (2003, p. 39) dispõe que:

Qualquer língua, falada por qualquer comunidade, exibe sempre variações. Pode-se afirmar mesmo que nenhuma língua se apresenta como uma entidade homogênea. Isto significa dizer que qualquer língua é representada por um conjunto de variedades. [...] o que chamamos de 'língua portuguesa' engloba os diferentes modos de falar utilizados pelo conjunto de seus falantes do Brasil.

Um importante marco sobre os estudos de variação linguística trata-se da pesquisa realizada por Labov (1963) sobre a comunidade da ilha de *Martha's Vineyard* em que "a variação passa a ser considerada como inerente, regular e, enquanto tal, passível de uma análise linguística sistemática", (VALADARES, 2014, p. 8). A partir dessa pesquisa, abriu-se caminho para os mais diversos estudos sobre língua e linguagem, baseando-se em seu aspecto social.

No mundo todo são faladas em média 4.000 a 5.000 línguas diferentes (CALVET, 2002, p. 35). Calcula-se uma média de 30 línguas por países, mas se sabe que essa contagem não é homogênea, pois não há uma divisão regular de falantes por países, em razão da diversidade de países e pessoas que estão em contato uns com outros enquanto fazem uso da língua. Calvet (2002) afirma que o mundo é plurilíngue.

Considerando esse contato direto entre as línguas, sabe-se que não é possível achar uma língua isolada e que não receba influências de outras, trata-se assim do estrangeirismo, um fenômeno que revela o contato entre línguas. A partir do exposto somos levados a refletir sobre estrangeirismo e suas concepções juntos aos falantes da Língua Portuguesa no município de Porto Velho - RO.

REFLEXÕES ACERCA DO ESTRANGEIRISMO

Inicialmente buscaremos conceituar Estrangeirismo que recebe as mais diferentes denominações. Muller (1979 apud BASTARRICA, 2009) ao tratar do estrangeirismo dispõe que estrangeirismo são todas as palavras que contenham traços

estrangeiros, nos seguintes termos: por "estrangeirismo se entende toda palavra ou elementos de palavras que, sob o ponto de vista do desvio gráfico ou fonético, ainda hoje são características da língua estrangeira". (BASTARRICA, p. 11, 2009)

Para Campos (apud VALADARES, 2014, p. 6) o estrangeirismo "seria um empréstimo que ainda não se naturalizou", já Barbosa (apud VALADARES, 2014, p. 6) leciona que o estrangeirismo "consiste em transferir (transcrever ou copiar) para a língua-alvo vocábulo ou expressões da língua-fonte que se refiram a um conceito, técnica ou objeto mencionado na língua-fonte que seja conhecido por falantes da língua-alvo."

Cunha (apud VALADARES, 2014, p. 6) conceitua palavra estrangeira como "aquela palavra que, embora usada por alguns dos nossos escritores e, mais frequentemente, na linguagem da imprensa, ainda não foi completamente adaptada ao nosso idioma", explica que são as palavras que não pertencem ao português, nele tendo sido introduzido e adaptado.

Weg e Jesus (2011, p. 26) esclarecem estrangeirismo como "o uso de termos ou expressões tomadas por empréstimos de outras línguas." Andrade e Medeiros (apud VALADARES, 2014, p. 6) ao buscarem conceituar o estrangeirismo falam o seguinte

"estrangeirismo é toda palavra estrangeira utilizada dentro de um sistema linguístico sem que faça parte de seu acervo lexical. Ela é sentida como externa ao vernáculo dessa língua."

Também buscando conceituar o mesmo termo, cita-se Faraco (2004) que diz:

Estrangeirismo é o emprego, na língua de uma comunidade, de elementos oriundos de outras línguas. No caso brasileiro, posto simplesmente, seria o uso de palavras e expressões estrangeiras no português. Trata-se de fenômeno constante no contato entre comunidades linguísticas, também chamado de empréstimo. (FARACO, 2004, p.15)

Para Jesus (apud VALADARES, 2014, p. 7), sobre o estrangeirismo revela que “qualquer termo proveniente de um idioma estrangeiro e que, quando assimilado pelos falantes da língua receptora, torna-se um empréstimo”, enquanto para Oliveira e Alves (apud VALADARES, 2014, p. 7) acentuam que “pertencente a

outro signo linguístico, o termo estrangeiro é empregado para cobrir uma lacuna de denominação em língua vernácula”.

Também falando sobre estrangeirismos Prado (apud VALADARES, 2014, p. 7) afirma que “são todas as unidades que ainda não sofreram adaptações ao português, ou seja, são registradas em sua forma de origem”. Valadares (2014, p. 13) ao buscar conceituar estrangeirismo revela que “são palavras, efetivamente, oriundas de outro sistema linguístico, tomadas por empréstimo para suprir alguma necessidade de ordem conceitual, de ordem tecnológica, ou para expressão de elementos socioculturais, referentes às trocas de ordem linguístico-cultural entre comunidades falantes de idiomas diversos.”

Silva apud Valadares (2014, p. 7) propõe que o estrangeirismo “é o uso de qualquer elemento lexical, palavra, locução, ou frase, que tenha sua origem emprestada de outra língua”, já Guilbert (apud VALADARES, 2014, p. 7) propõe o estrangeirismo como a “unidade lexical sentida como externa à língua” e considera que “um termo de origem estrangeira deixa de ser neologismo a partir do momento em que entra na língua no sistema linguístico da língua receptora”.

Labate citado por Vasconcelos (2014, p. 7) indica que “estrangeirismo consiste no emprego, em uma determinada língua, de elementos provenientes de outras línguas, ocorrem com frequência no contato entre comunidades linguísticas”.

Observando essas diferentes concepções sobre o termo, estrangeirismo caracteriza-se com o uso de palavras ou termos provenientes de outras línguas. A motivação principal para a ocorrência desse fenômeno na visão de Souza (2013, p. 18) são entre outras, as seguintes: "empréstimos originados no contato interpessoal e empréstimos originados no contato à distância". O primeiro diz respeito à proximidade territorial, o segundo trata de influência e intervenção política.

A autora traz ainda uma outra situação que pode influenciar a disseminação dos estrangeirismos que é através da publicidade, e principalmente através da "nomeação de tecnologias, quando não há um correspondente em português" (SOUZA, 2013, p. 18).

ORIGEM DA LÍNGUA PORTUGUESA E INFLUÊNCIAS DO ESTRANGEIRISMO

A Língua Portuguesa surge com a constituição do próprio povo português (Oliveira, 2009). A língua latina é falada na região do Lácio, na Península Itálica, onde foi fundada Roma e a propagação dessa língua se dá com a expansão geográfica. Influenciada por diversas culturas, "foi durante o domínio árabe que as características distintivas dos romances peninsulares se acentuaram", diz Oliveira (2009, p 12).

Para Cunha e Cintra citados por Oliveira (2009, p. 10), a evolução do português ocorreu em cinco etapas:

- a) latim lusitânico, falado na Lusitânia, desde a implantação do latim até o séc. V, não constando nenhum documento;
- b) romance lusitânico, falado na Lusitânia, do séc. VI ao séc. IX, também sem nenhum documento;
- c) português proto-histórico, também falado na Lusitânia, do séc. IX ao séc. XII, com algumas características nos textos bárbaros;
- d) português arcaico, que vai do séc. XIII à primeira metade do séc. XVI,

quando a língua começa a ser codificada gramaticalmente; e e) português moderno, da segunda metade do séc. XVI até os dias atuais. Nos sécs. XV e XVI, com os descobrimentos marítimos, os portugueses levaram a sua língua a outras regiões, outros povos, ampliando-se o seu uso de uma forma bastante considerável.

Após passar por diversas fases o português moderno se consolida e é falado em várias regiões de todo o mundo.

Atualmente o português é a língua oficial de 8 países do mundo, sendo eles: Brasil, Portugal, Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor Leste (OLIVEIRA, 2009).

No Brasil, a língua portuguesa tem origem com a chegada dos portugueses. No início da ocupação do país conviveram o português e o tupi, além da influência de diversos povos.

Oliveira (2009, p. 14) relata que no final do século XVIII, com o decreto de Marquês de Pombal “Diretório dos Índios”, que proibia o uso da língua geral ou

nheengatu e determinava a obrigatoriedade da Língua Portuguesa no Brasil, têm-se a decadência da língua nativa.

Esse cenário só começa a mudar mais tarde, conforme explica Oliveira (2009, p. 14) “quando o Brasil se tornou independente em 1822, procurou-se valorizar tudo aquilo que poderia ser diferente de Portugal”, mesmo assim, houve aumento de influências de outras culturas, como a francesa, a italiana, a alemã, entre outras.

Com o aumento do contato entre os mais diversos povos, o fenômeno chamado de globalização, não é tão recente. O homem sempre viveu em contato com outras culturas, a globalização é um fenômeno que muito contribui para o crescimento das influências e contatos entre as diversas comunidades e países no mundo. Sobre esse fenômeno Hall (2009, p. 16) assevera que:

A globalização se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-

tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado. A globalização implica um movimento de distanciamento da ideia sociológica clássica da “sociedade” como um sistema bem delimitado e sua substituição por uma perspectiva que se concentra na forma como a vida social está ordenada ao longo do tempo e do espaço.

A Língua Portuguesa também recebe influências da globalização e a sua própria constituição é exemplo disso, pois o português falado no Brasil é diferente do português falado em Portugal, em razão do contato com a diversidade de culturas e idiomas.

Devido ao processo histórico de formação do país, o português falado no Brasil recebeu influência de diversos países, Oliveira (2009, p. 15) esclarece que o “léxico português formou-se com empréstimos do árabe, das línguas germânicas, do italiano, do espanhol, do francês, de línguas africanas, indígenas, entre outras”.

Carvalho apud Oliveira (2009, p. 15) revela que “os empréstimos linguísticos são tão antigos quanto a história da língua, ou melhor, quanto à própria língua”, e afirma “eles marcam as influências que uma determinada língua (...) sofreu através dos tempos, pelos elementos estrangeiros que adotou, retrato dos elementos culturais diversos, que também importou”.

Considerando a diversidade de influências recebidas pela Língua Portuguesa, que vai desde o espanhol ou castelhano, italiano, árabe, russo, hebraico, japonês, tupi, provenientes de línguas africanas, entre outros, Costa citado por Galasso (2000, p. 68), cita alguns exemplos dessa influência no léxico de nosso idioma:

Do inglês: O que mais predomina na língua portuguesa no Brasil, em virtude da maior influência, atualmente, na economia e na tecnologia nacional. Alguns exemplos, entre milhares: *breakfast*, *cooper*, *peeling*, *telemarketing*, *pop rock*, *start*, *link*, etc. E os aportuguesados: dólar, clube, sanduíche, panfleto, bife, dólar, gim,

futebol, iate, lanche, *meeting*, piquenique, repórter, rosbife, uísque, etc;

do francês: Provenientes, sobretudo, da influência que as letras francesas exerceram sobre a cultura portuguesa. São inúmeros os francesismos, vários aportuguesados: *tricot* (tricô), *coissant*, *toilette*, vitrina, *bouquet*, *menu*, guichê, pose, *soutien* (sutiã), abajur, *atelier*, batom, carnê, *colant*, robô, chofer, etc. ;

do árabe: Foi em Portugal que o léxico recebeu o maior número de arabismos, especialmente nos topônimos e nomes comuns. São mais de 2.000 palavras presentes no léxico português. Algumas delas: algodão, alface, açúcar, azeite, azeitona, cenoura, espinafre, algema, oxalá, muçulmano, jarra, girafa, javali, almofada, arroba, alqueire, alfaiate, arroz, quilate, Bechara, Ibraim, Ismar, Raxide, etc;

do italiano: A maioria das palavras italianas foi incorporada à língua portuguesa por meio da arte, pictórica, teatral. Exemplos: maestro, piano, pastel, alegre, aquarela, camarim, tenor, trombone, violino, lasanha, salsicha, cantata, madrigal, solfejo, bandolim, ópera, quinteto, violino, etc;

do russo: Trouxe poucas influências, mas entre elas: cossaco, estepe, rublo, esputinique, vodca, soviète, samovar, etc;

do espanhol. Vocábulos referentes à arte coreográfica, entre outros: bolero, castanha, castanhola, cavaleiro, caudilho, botija, fandango, lagartixa, lantejoula, ojeriza, manilha, hediondo, mochila, neblina, pirueta, rebelde, redondilha, trecho, tiracolo, galã etc;

do turco: alguns exemplos: algoz, horda, lacaio, bergamota, caíque, jaleco, odalisca, sandália, caviar, casaca, etc;

do polonês. Poucas contribuições ao português. Alguns exemplos: polca, mazurca, blisca, sable, etc.;

do alemão: guerra, norte, sul, realengo, interlândia, Ricardo, etc.;

do chinês: chá, chávena, nanquim, pequinês, etc.;

do japonês: biombo, judô, micado, quimono, nissei, samuria, gueixa, etc.;

do hebraico: Veiculados pela Sagrada Escritura: Páscoa, sábado, Jesus, Maria, etc.;

do tupi: macumba, vatapá, maxixe, quilombo, marimbondo, abacaxi, buriti, carnaúba, mandacaru, ipê, peroba, canjarana, imbuia, araticum, capivara, quati, sucuri, araponga, urubu, saci, caipora, Aracaju, Guanabara, carioca, etc.;

das línguas africanas: vatapá, abará, acarajé, candomblé, molambo, orixá, cafuné, senzala, mocambo, moleque, maxixe, samba, etc.

Observa-se que na atualidade, existe uma grande influência da língua inglesa no português. Uma das razões para tal é o fato de o inglês ser a segunda língua mais popular do mundo, e sua reprodução por falantes de outras línguas pode representar prestígio. (Costa, 2009, s.p.)

Galasso (2009, p. 47) esclarece que “a partir do século XVIII, graças à imprensa, o inglês passou a exercer influências sobre a língua europeia”. Essa influência se acentua após a Segunda Guerra Mundial. O autor esclarece que “não somente a crescente hegemonia política, econômica e militar de países de língua inglesa, mas também a difusão de costumes, moda e produtos” se expande, tudo contribuiu para a crescente influência dos Estados Unidos e sua língua em países de todo o mundo.

Atualmente, observa-se a utilização concomitante com a Língua Portuguesa de uma enorme quantidade de palavras de origem inglesa, Galasso (2009, p. 40) revela que “no passado, o uso de palavras estrangeiras costumava ocorrer quando não havia um equivalente em Português que definisse o que se queria dizer”, no entanto, hoje essa utilização é muito comum, muitas vezes propositadamente.

O autor fala também na possibilidade de benefícios que essas influências do anglicismo pode trazer declarando que “os benefícios do anglicismo são evidentes, pois facilitam enormemente o comércio internacional, o progresso junto com a ciência, o armazenamento de informação, a organização do entretenimento e do esporte em escala global e turismo” (GALASSO, 2009, p. 46), discriminando as mais diversas possibilidades de fatores positivos dessa influência.

Mas o anglicismo não é visto com bons olhos por todos e alguns chegam a declará-lo como prejudicial e uma má influência aos falantes da Língua Portuguesa, como é o caso dos puristas, que “defendem” o uso da língua.

A exemplo, temos o projeto de Lei n. 1676, de autoria do Deputado Federal Aldo Rebelo, que em seu bojo busca proibir o uso de estrangeirismos no país, trazendo inclusive sanções para quem desrespeitar tal ordenamento.

O projeto de Lei traz em seu artigo 1º que por ser a Língua Portuguesa idioma oficial da República, deve ser a forma de expressão e elemento de integração nacional. O artigo 2º dispõe que o Poder Público, juntamente com a comunidade tem o dever de

"proteger e defender" a língua. O artigo seguinte traz a obrigatoriedade do uso da Língua Portuguesa em determinadas situações, conforme transcrito abaixo:

Art. 3º. É obrigatório o uso da língua portuguesa por brasileiros natos e naturalizados, e pelos estrangeiros residentes no País há mais de 1 (um) ano, nos seguintes domínios socioculturais:

I - no ensino e na aprendizagem;

II - no trabalho;

III - nas relações jurídicas;

IV - na expressão oral, escrita, audiovisual e eletrônica oficial;

V - na expressão oral, escrita, audiovisual e eletrônica em eventos públicos nacionais;

VI - nos meios de comunicação de massa;

VII - na produção e no consumo de bens, produtos e serviços;

VIII - na publicidade de bens, produtos e serviços (LEI N. 1676).

A intenção do projeto é garantir que apenas a Língua Portuguesa seja falada em todo o território nacional. Mas o projeto de lei já nasce incompleto, pois acaba por admitir o uso do estrangeirismo, reconhecendo a impossibilidade de supressão total de termos de outras línguas no Brasil. O Parágrafo único do artigo 5º traz a seguinte consideração: "Para efeito do que dispõe o caput deste artigo, na inexistência de palavra ou expressão equivalente em língua portuguesa, admitir-se-á o aportuguesamento da palavra ou expressão em língua estrangeira ou o neologismo próprio que venha a ser criado".

Mesmo radicalizando a respeito da proibição do uso de estrangeirismos, o texto termina por admitir a possibilidade do uso de estrangeirismos na Língua Portuguesa.

A PUBLICIDADE EM PORTO VELHO - RO E O USO DOS ESTRANGEIRISMOS: UMA ANÁLISE

Procedimentos metodológicos

Os dados referentes aos nomes dos estabelecimentos comerciais que constituem nosso

corpus, foram coletados na cidade de Porto Velho, capital de Rondônia, estado localizado na Região Norte do Brasil. A cidade tem apresentado um crescimento acentuado nos últimos anos devido à construção de duas usinas hidrelétricas, com previsão de conclusão para o final do ano de 2015.

Utilizamos como instrumentos de coleta de dados um questionário cujas perguntas buscam depreender a relação do proprietário/informante com o(s) termo(s) estrangeiro(s) que empregam na denominação de comércio: tais como significado e origem do nome; se possível, os motivos que levaram à escolha de um nome em outro idioma (inglês); a consciência linguística e social que possui do emprego de estrangeirismo. As pesquisadoras dirigiram-se diretamente aos estabelecimentos afim de obter as entrevistas com os proprietários, o objetivo de colher as respostas nesse local foi o fato de os entrevistados poderem sentir-se a vontade e responder as questões com a maior espontaneidade possível. Segundo Fontana & Frey (1998, p. 47-51), a entrevista é uma das formas mais poderosas para compreender os seres humanos e na qual há atenção às vozes e sentimentos dos respondentes.

A lista telefônica foi utilizada como referencial na seleção dos estabelecimentos comerciais cujos proprietários seriam selecionados como informantes. Mapeamos para nossa investigação 10 estabelecimentos comerciais, em um universo bastante expressivo, que tinham nomes que caracterizavam estrangeirismos, explicitamente relação com a língua inglesa. Foram escolhidos estabelecimentos comerciais, com ramos de atuação bem diversificados, localizados no centro da cidade de Porto Velho, nas Avenidas Carlos Gomes, Sete de Setembro, Pinheiro Machado e Calama, principais avenidas, do centro da cidade.

A seleção dos empreendimentos comerciais incluiu variados setores, para que fosse possível durante a investigação analisar de forma mais ampla o emprego de estrangeirismos nos estabelecimentos comerciais da cidade de Porto Velho, Rondônia, conforme Quadro 1 abaixo:

Quadro 1- Estabelecimentos comerciais selecionados para a pesquisa e seus respectivos segmentos

ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS	SEGMENTOS DE ATUAÇÃO
Esthetic Day	Estética/beleza

Center Lux	Iluminação/decoração
Estilo Baby	Produtos para bebês
Once Hair	Salão de Beleza e Confecção
Prime Tech	Refrigeração/Serviços
High Tech	Eletrônicos e tecnologia
Big Bem	Ótica e Relojoaria
Pet House	Nutrição animal/acessórios
Burger Grill	Alimentação/Lanches
Porto Soft	Informática/Produtos

Fonte: Elaborado pelas autoras (2014)

Alguns aspectos linguísticos e sociais de termos estrangeiros em nomes de estabelecimentos comerciais

O primeiro aspecto a ser considerado sobre o emprego dos estrangeirismos na designação dos estabelecimentos comerciais pesquisados é o prestígio

social que os entrevistados veem nos termos estrangeiros. Os dados mostram que mais da metade dos comerciantes/proprietários lançam mão desse recurso linguístico na hora de dar nome ao seu negócio, acreditam que podem diferenciá-los dos outros, agregam ao estrangeirismo uma força e torna a sua marca mais lembrada. Afirmam que em determinado negócio o nome deve ser forte, caso contrário não é competitivo.

Quadro 2- Motivos que levaram os proprietários a usarem termos estrangeiros nos nomes de seus estabelecimentos

RESPOSTAS	QUANTIDADE DE ESTABELECEMENTOS
Prestígio Social/Status	6
Ser diferente, mas relacionado ao ramo de negócio	2
Chamar atenção, fácil aceitação	1
Harmonia, Beleza, Simpatia, Sonoridade e Requite	1
TOTAL	10

Fonte: Elaborado pelas autoras (2014)

Mesmo, às vezes, não tendo consciência de que estão absorvendo uma cultura linguística externa, os entrevistados buscam no inglês a expressividade

(notoriedade) para os nomes de seus estabelecimentos comerciais.

Também chamou-nos a atenção o fato de várias vezes os entrevistados afirmarem que a tradução do(s) termo(s) estrangeiro(s), não ficaria bem, por não soarem bem em português. Os informantes revelaram que a referência agregada aos nomes de estabelecimentos, quando utilizado termo em inglês, estrangeirismos, é melhor e dá *status* de qualidade ao produto.

Buscou-se compreender a motivação da escolha dos nomes dos estabelecimentos comerciais e observou-se como isso que pode atrair clientes, por questões de prestígio social ou estratégia comercial, pois acreditam que os nomes denominam estabelecimentos com produtos diferenciados, de boa qualidade; fatores que repercutem melhor e chamam a atenção do consumidor.

O nome da loja de banho, tosa, nutrição e acessórios *Pet House* é um exemplo disso, o nome em português “Casa do Animal” ou “Casa do Animal de Estimação”, segundo o entrevistado não teriam o mesmo efeito. Depreendemos assim, novamente, a força e o prestígio dos estrangeirismos, mesmo no discurso daqueles que relutam em aceitá-los.

Assim, segundo Barros (1992, p. 48), o *marketing* tem um papel fundamental na sociedade atual, para conseguir atingir “os objetivos empresariais por meio da satisfação dos clientes”.

Na língua, assim como também na publicidade, a palavra possui um grande poder. É a principal estratégia de *marketing*. Quando um empresário define sua empresa como *High Tech*

a palavra deixa de ser meramente informativa, e é escolhida em função de sua força persuasiva, clara ou dissimulada. Seu poder não é simplesmente o de vender tal ou qual marca, mas integrar o receptor à sociedade de consumo (CARVALHO, 2003, p. 18).

O uso de vocábulos em inglês para nomear estabelecimentos comerciais tem como principal objetivo chamar a atenção de possíveis clientes e divulgar o nome de seu negócio. Apesar de utilizar termos de estrangeirismos em seu nome comercial, um pesquisado respondeu que “a cultura brasileira deveria ser mais valorizada”.

Um segundo entrevistado, proprietário de um estabelecimento no ramo de beleza e confecções, escolheu o nome do estabelecimento, devido à analogia que fez “once” a onça, Amazônia, pois segundo a entrevistada estava no “boom da construção das Usinas São Antônio e Jirau e muitas pessoas estavam chegando em Porto Velho, logo tudo que se relacionasse à Amazônia estaria em alta, em sua confecção e *Hair* deve-se ao fato de estar relacionado ao salão”. Em contrapartida a proprietária afirmou que não tem domínio da língua inglesa, desconhece qualquer vocábulo; no entanto o nome escolhido trouxe destaque positivo, uma boa divulgação ao seu empreendimento.

Em geral, observou-se a ideia geral dos entrevistados de que a língua portuguesa não será prejudicada em sua estrutura e características por conta do uso de uma língua estrangeira conjuntamente. A língua portuguesa como é falada atualmente é resultado das misturas mais diversas que ocorreram na língua e também com os seus falantes, de modo que essa integração pode ser considerada positiva e impossível de ser desfeita.

ESTRANGEIRISMOS: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A partir dos resultados obtidos nas entrevistas desta pesquisa e através de estudos feitos sobre a utilização de estrangeirismos, pode-se perceber que, embora existam nomes estrangeiros nos estabelecimentos pesquisados, não há prejuízo na língua materna, pois, acredita-se que isso não descaracteriza o idioma.

Assim, se, ao estudar os estrangeirismos, considerarmos as dimensões lexical e semântica, mas principalmente a dimensão sociocultural, poderemos ter uma compreensão mais ampla e profunda desse fenômeno. Pois é na investigação da relação falante, língua e sociedade que vamos compreender a complexidade de valores que assumem os termos estrangeiros na linguagem do dia a dia.

Labov (2008) mostrou que a mudança linguística não pode ser compreendida fora da vida social da comunidade em que ela se produz, uma vez que pressões sociais são exercidas constantemente sobre a língua, ou seja, a explicação da mudança linguística, em suas palavras, “parece envolver três problemas distintos: a origem das variações linguísticas; a difusão e

propagação das mudanças linguísticas; e a regularidade da mudança linguística.” (LABOV, 2008). O autor esclarece que as mudanças ocorrem através do processo comunicativo e estão presentes na sociedade.

Ainda, segundo o mesmo autor, “a variação social e estilística pressupõe a opção de dizer ‘a mesma coisa’ de várias maneiras diferentes, isto é, as variantes são idênticas, em valor de verdade ou referencial, mas se opõem em sua significação social e/ou estilística”. (LABOV, 2008, p. 313) e isso implica a mudança linguística, em nossa visão, promovendo a opção do uso do termo estrangeiro.

Durante a pesquisa realizada percebeu-se que os estrangeirismos são utilizados pelos comerciantes de Porto Velho - RO com o objetivo de alcançar prestígio, mais da metade dos entrevistados destacaram essa preocupação. Eles acreditam que o estrangeirismo no nome de estabelecimento comercial poderá diferenciar sua marca e garantir que esta seja lembrada.

O estrangeirismo encontra-se consolidado em nomes de estabelecimentos comerciais em Porto Velho, pois a maioria dos estabelecimentos pesquisados atua há mais de 10 (dez) anos em seus respectivos ramos.

Verificou-se a alta ocorrência de nomes como *pet*, *hair*, *prime*, *house*, *gril*, entre outras que confirmam essa

tendência de que o estrangeirismo encontra-se presente nas denominações comerciais em Porto Velho (RO).

Considerando a perspectiva sociolinguística, sabe-se da importância de língua de uma comunidade e todas as suas variações. Alkimin (2006, p. 41) esclarece que “toda língua é adequada à comunidade que a utiliza; é um sistema completo que permite a um povo exprimir o mundo físico e simbólico em que vive”.

Com isso diz-se que “não existem línguas com léxicos pobres ou que tenham estrutura defeituosa”, (ALKIMIN, 2006, p. 42) mas que o fenômeno estrangeirismo ocorre em razão do contato com outras línguas e esse contato irá contribuir para evolução da língua.

A propagação do estrangeirismo em Porto Velho - RO deve ser vista de forma positiva, não como uma agressão à língua, mas como uma evolução da língua com todas as suas peculiaridades. É importante que os falantes da língua sejam incentivados a verem essas transformações como positivas e o conhecimento da língua os tornem mais críticos e receptivos a mudanças linguísticas, visto que essas mudanças são inevitáveis.

REFERÊNCIAS

ALKMIM, Tânia Maria. Sociolinguística. Parte I. IN: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Ana Cristina. **Introdução à lingüística: domínios e fronteiras**, v.1, 6ed. São Paulo: Cortez, 2006.

BASTARRICA, Maristela Lutz. **Empréstimo linguístico do Inglês: Um estudo do léxico do Comércio Exterior à luz da Teoria da Variação em Terminologia**. Dissertação (Mestrado) Porto Alegre, 2009.

BRASIL. **Projeto de Lei n. 1676, 1999.**

CARVALHO, Nelly. **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: Ática, 2009

COSTA, Renata. Qual o idioma mais falado do mundo? **Nova Escola**, 2009, Disponível em <<http://revistaescola.abril.com.br/geografia/fundamentos>>, Acesso em 02.01.2016.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 2001.

BRASIL. **Projeto de Lei 1676, de 4 de novembro de 1999.** Dispõe sobre a promoção, proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa e dá outras providências. Diário da Câmara dos deputados. Brasília, 04 de novembro de 1999.

CALVET, Louis-Jean. **Sociolinguística:** uma introdução crítica –Tradução Marcos Maciolino, São Paulo: Parábola, 2002.

CONTIERO, Elza. A dinâmica do léxico: a neologia de empréstimos no contexto da publicidade. **Nova Revista Amazônica** | v. 1 n. 2 | Jul./Dez. 2013 | 97-106 PPG Linguagens e Saberes da Amazônia, Bragança, Pará.

FARACO, C. A. (Org.) **Estrangeirismos:** guerra em torno da língua. 3. ed. São Paulo: Parábola, 2004

FONTANA, Andrea & FREY, James. Interviewing: the art of Science. In DENZIN, Norman & LINCOLN, Yvonna (Eds.), **Collecting and interpreting qualitative materials.** Thousand Oaks, CA: Sage. 1998. p.47- 51.

GALASSO, Bruno José Betti. **Perspectivas para a Língua Portuguesa e Espanhola diante da integração de anglicismos:** uma análise por meio dos periódicos. Dissertação (Mestrado) São Paulo, 2009.

LABATE, Francisco Gilberto. **Vocabulário da Economia:** Formas de apresentação do estrangeirismo. Dissertação (Mestrado) São Paulo, 2008.

OLIVEIRA, Iramar Borges de. **As influências do Estrangeirismo na Língua Portuguesa no Brasil.** Trabalho de Conclusão TCC (Monografia) Brasília, 2009.

SAUSSURE, F. [1970]. **Curso de linguística Geral.** 27ª edição. Organizado e editado por Charles Bally e Albert Sechehaye. Tradução de Antônio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix, 2006.

SOUZA, Fabiana Kelly de Souza. **A importância dos estudos lexicais na sala de aula:** uma análise a partir de textos publicitários. Dissertação (Mestrado) Belo Horizonte, 20013.

VASCONCELOS, Jaqueline Olga. **Estrangeirismo:** O inglês nas denominações comerciais. Dissertação (Mestrado) Paraná, 2008.

VALADARES, Flavio Biasutti. *Estrangeirismos: uma tese para variação e mudança linguística.* **Revista Vozes dos Vales:** Publicações Acadêmicas. Reg.: 120.2.095 – 2011 – UFVJM ISSN: 2238-6424. QUALIS/CAPES – LATINDEX N°. 06 – Ano III – 10/2014.

WEG, Rosana Morais e JESUS, Virgínia Antunes de. **A língua como expressão e criação.** São Paulo: Contexto, 2011.

Recebido em: 03/11/2015

Aprovado em: 20/01/2016

Publicado em: 29/01/2016