

Prefácio

Gladis Massini-Cagliari

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

MASSINI-CAGLIARI, G. Prefácio. In: PRADO, NC. *O uso do inglês em contexto comercial no Brasil e em Portugal: questões linguísticas e culturais* [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015, pp. 11-14. ISBN 978-85-7983-654-1. Available from: doi: [10.7476/9788579836541](https://doi.org/10.7476/9788579836541). Also available in ePUB from: <http://books.scielo.org/staff/book/id/rxwst/attachs/9788579836541.epub>



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PREFÁCIO

Academia Body Factory ou *Academia Fábrica do Corpo*? *Salão de Beleza Adriana Fashion Hair* ou *Adriana Cabelo da Moda*? *Advance Informática* ou *Informática Avanço*? O que leva os donos de estabelecimentos comerciais, falantes nativos de português, a optarem por uma ou outra possibilidade para nomear suas lojas, salões de beleza, academias esportivas e outros tipos de estabelecimentos? O que os leva a escolher nomes originários de outras línguas, sobretudo o inglês? Há alguma diferença na preferência de brasileiros e portugueses no que diz respeito ao tratamento de palavras de origem inglesa quando da escolha de nomes de estabelecimentos comerciais? O que essas escolhas representam em termos culturais e linguísticos, principalmente do ponto de vista dos sons da língua?

Essas (muitas!) perguntas são o objeto deste livro. Já de saída, a grande variedade de questões levantadas por Natália Cristine Prado mostra o caráter transdisciplinar da pesquisa inovadora que desenvolveu, que não se restringiu apenas aos campos da morfologia e da semântica (áreas normalmente abordadas por especialistas em criação de palavras), investigando também – e principalmente – o ponto de vista fonológico.

Dessa forma, inovando a maneira de conceber a formação de palavras e extrapolando o ponto de vista morfossemântico, o ob-

jetivo principal do seu trabalho, apresentado no livro, foi analisar a maneira como falantes das vertentes do português dos dois lados do oceano pronunciam nomes comerciais contendo palavras de origem inglesa, verificando se ocorrem adaptações à pronúncia desses nomes, “aportuguesando-os”, e, em caso positivo, que tipos de processos adaptativos dos sons dessas palavras acontecem. Assim, o foco da pesquisa passou a ser de natureza fonológica, observando como os estrangeirismos e os empréstimos se comportam linguisticamente, no que diz respeito à constituição de seus sons.

Entretanto, como não se trata de questão puramente linguística, mas condicionada por fatores culturais, Natália Cristine Prado buscou extrair das pronúncias realizadas pelos sujeitos de sua pesquisa informações úteis à discussão multidisciplinar da questão da identidade, investigando em que medida o som do nome comercial criado pode dar pistas da forma como o seu “criador” concebe a sua identidade linguística/cultural e a de seus interlocutores (a quem pretende atrair para o seu estabelecimento comercial como cliente).

Segundo Trask (2004), a relação entre língua e identidade se dá através do “papel que tem a língua no sentido de conferir ao indivíduo uma identidade e de incluí-lo num grupo” (p.164). O autor relaciona as marcas linguísticas de identidade com o fato de que, “toda vez que alguém fala, dá às outras pessoas informações importantes sobre o tipo de pessoa que é, sua procedência, a classe social à qual pertence, e até mesmo seu sexo e sua idade” (p. 164). Nesse sentido, a identidade linguística está relacionada, ao mesmo tempo, à individualidade do falante e à sua inserção nos grupos étnico, nacional e social a que julga pertencer. Pode-se dizer que a identificação de um falante com os membros de sua comunidade linguística é a base de sua identidade, nesse nível. Assim, a construção da identidade se dá a partir de um processo de identificação do sujeito em relação a si mesmo e ao grupo a que pertence. A partir dessa identificação, é possível perceber que o falante adota/deixa de adotar certos padrões, para marcar uma atitude de inclusão/exclusão com relação a uma comunidade linguística específica.

Do ponto de vista fonológico, essa identificação se manifesta através da maneira como o falante pronuncia as palavras, conscientemente ou inconscientemente, de forma mais ou menos semelhante aos membros de sua comunidade. Reside aí uma das grandes contribuições do trabalho de Natália, que, ao pesquisar uma questão que explora os limites entre o que é e o que não é considerado “português” pelos próprios falantes nativos, conseguiu vislumbrar pistas concretas (isto é, vindas da pronúncia, da realização fonética) da manifestação da subjetividade da identidade individual. Para Trask (2004), “considerar que a língua tem essa função de identificação é crucial para entender muitos tipos de comportamento social e linguístico” (p.164).

Um primeiro nível que deixa entrever a influência externa e a força do imaginário relacionado às línguas estrangeiras é o ortográfico, nível também explorado pela autora, ao analisar as grafias que denomina “estilizadas”, ou seja, grafias não usuais no português, mas que deixam entrever os desejos do criador do nome de fugir do padrão ortográfico dessa língua, em direção a um padrão “diferente”, mesmo que as palavras retratadas não tenham (mais) caráter de estrangeirismo (como em *Skinão*).

Apesar de ser um fenômeno natural, antigo e bem conhecido, o empréstimo de palavras entre línguas nem sempre é visto de maneira positiva. Garcez e Zilles (2002) ressaltam que os valores culturais associados aos empréstimos podem ser conflitantes, não raro provocando reações negativas entre puristas e até mesmo entre falantes “comuns”. É por esse motivo que a autora deste livro escolheu uma abordagem comparativa do fenômeno, entre o português brasileiro e o português europeu. Reside nesse ponto mais uma das virtudes inovadoras da pesquisa, que optou por investigar com seriedade científica uma afirmação corrente sobre o assunto, mas sem qualquer comprovação: a de que os brasileiros seriam muito mais permeáveis à penetração de palavras inglesas no léxico da nossa língua nativa do que os portugueses. Assim, a autora mostra que, dada a grande influência da língua inglesa, sobretudo da variedade norte-americana, nos dias de hoje, com o grande domínio político e

econômico mundial dos Estados Unidos, a língua inglesa acaba por ser associada a uma sociedade de prestígio, de poder e de consumo representada por esse país.

Para dar conta da comparação pretendida, o *corpus* analisado por Natália Cristine Prado é bastante amplo, considerando nomes comerciais brasileiros e portugueses, coletados a partir de buscas em sites desses dois países especializados em promover o encontro de estabelecimentos comerciais pelos clientes que necessitam de seus serviços. A coleta de nomes de estabelecimentos comerciais de Portugal é fruto do estágio sanduíche cumprido em Portugal pela autora durante a realização do doutorado, do qual o presente livro é resultado, sob a orientação da professora doutora Alina Villalva, da Universidade de Lisboa.

A análise feita pela autora mostra que, apesar de um pouco menos produtiva em Portugal, a adoção de nomes de origem inglesa para estabelecimentos comerciais é igualmente comum dos dois lados do Atlântico – o que serve para desmistificar um pouco a imagem que costuma ser atribuída aos brasileiros de completamente submissos às influências externas. No entanto, o que as conclusões do trabalho da autora mostram é que, ao contrário das expectativas geradas pelo senso comum, que considera “exagerado” o uso de palavras estrangeiras no Brasil (o que inclui os nomes comerciais), a adoção de nomes de origem estrangeira ainda perde para a escolha de nomes genuinamente portugueses e usuais nessa língua.

Enfim, o livro *O uso do inglês em contexto comercial no Brasil e em Portugal*: questões linguísticas e culturais, além de muito bem escrito, proporcionando uma leitura prazerosa, leva-nos a superar certos pequenos preconceitos quanto à nossa atitude de brasileiros diante do que a língua do outro tem a nos oferecer. Talvez sejamos menos submissos do que parecemos, não apenas transplantando o que pegamos emprestado, mas transformando a identidade (linguística) do outro em nossa própria identidade.

Professora doutora Gladis Massini-Cagliari