

CAPÍTULO II – OS ANGLICISMOS E A HEGEMONIA DA LÍNGUA INGLESA

Este capítulo discute alguns aspectos lingüísticos e sociolingüísticos do fenômeno dos anglicismos em nossa língua. Abordaremos fatores sociais e culturais dos anglicismos na língua portuguesa, os tipos de anglicismos recebidos e as diferentes formas de adoção dos mesmos.

2.1 Os anglicismos na língua portuguesa

Em nosso cotidiano, nos deparamos com uma infinidade de termos ingleses cujos verdadeiros significados em muitos casos nem sabemos ao certo. No entanto, tais termos são repetidos inúmeras vezes, muito mais por imitação do que por pura necessidade.

A constatação desses anglicismos pede uma reflexão sobre a grande influência dos Estados Unidos da América sobre nosso país e, no contexto deste trabalho, sobre a língua portuguesa. Com efeito, essa influência começou com a indústria cinematográfica, o *rock'n roll*, e agora a alta tecnologia que nos faz falar o idioma para entender aparelhos eletrônicos, principalmente o computador.

Influenciados pela cultura norte-americana, nós, brasileiros, mal percebemos os reflexos do processo de invasão cultural pela qual estamos passando há mais de meio século. Conforme Alves (1988, p.18) “qualquer estrangeiro recém-chegado ao Brasil, por exemplo, perceberia claramente nossa condição de colônia cultural dos Estados Unidos”.

O papel internacional da língua inglesa hoje é fundamental, tanto na globalização da economia e da tecnologia quanto na discussão com os Estados Unidos – o país do superpoder Podemos, pois, dizer que o poder da língua inglesa

está provocando uma divisão entre as línguas do mundo – de um lado o inglês, a língua franca, e do outro, todas as demais línguas.

É indiscutível o valor dos estrangeirismos como fator de ampliação lexical para as línguas vivas, sem contar que esse é um processo natural e que aconteceu, e acontece, ao longo da história de todas as línguas que já existiram e existem. Não há língua tão isolada ou homogênea, que nunca tenha recebido contribuições de outra(s) língua(s).

As línguas vivas nunca ficam estacionárias, isto é, as línguas são o produto de mudanças e continuam a mudar durante todo o tempo em que são faladas. Em uma sociedade altamente técnica e complexa como a nossa, há uma necessidade constante de novas unidades lexicais – os neologismos – que são criados a partir de uma nova necessidade, podem ser combinados a partir de unidades lexicais já existentes para formar outras mais complexas, pode-se obter um termo novo a partir do uso de um já existente com novo significado – essas duas tidas como *mudança interna* ou pode-se ter novos termos por influência de outras línguas, *tida como mudança externa* – por estrangeirismos, fenômeno lingüístico muito comum e que, provavelmente, nenhuma língua está completamente livre de formas emprestadas. (LANGACKER,1972, p.185).

Os que contestam o valor positivo desses empréstimos, partem em defesa da língua materna, como Aldo Rebelo (2004) e Vasilévski (2004). Para esses, o fenômeno dos estrangeirismos agride a língua e trazem, ao nosso idioma, uma profunda e desagregadora desnacionalização.

Vasilévski, além de afirmar o apoio ao deputado Rebelo e a Ariano Suassuna, destaca:

Não entendo por que essa defesa descomedida dos estrangeirismos, mas há quem relacione o uso de estrangeirismo com baixa auto-estima. Observo que os tons alarmantes extremizam lados opostos, e falta espaço para um tão necessário amadurecimento consciente [...]. (2004, p. 164).

A língua inglesa é vista também como a “língua da hegemonia global”, ou “a língua mundial”, ou ainda como “a língua internacional” e até como “a língua universal da raça humana”. Contudo, os puristas da língua portuguesa vêem nesses títulos grandes riscos para nossa cultura e, em especial, para nossa língua – o medo do desaparecimento da língua portuguesa é vista como a mais séria ameaça dado o exagero do uso dos anglicismos, segundo eles. Porém, os puristas mais moderados

defendem apenas um controle mais atento aos anglicismos que aqui chegam e que, segundo Pergnier (1989, p.19) podem ser do tipo:

a) Anglicismos ocasionais, isto é, anglicismos cujos usos não são abundantes, pois há termos correspondentes na língua receptora: como *vibe* (vibrante), *night* (noite), *nerd* (estudioso chato).

b) Anglicismos de uso freqüente e habitual (xenismo), aqueles que já se integraram ao léxico da língua receptora, por conta da inexistência de termos correspondentes e já fazem parte de dicionários e glossários: hardware, software, show, hamburger, shopping.

c) Anglicismos de uso freqüente, mas que possuem termos correspondentes na língua receptora, contudo são preferidos, tendo em vista o *status* da língua inglesa, como é o caso de: *site* (atualmente já existe o termo *sítio* para ser usado), *off* (em lugar de *liquidação*) e *blackout* (em lugar de *escuridão* ou *apagão*).

d) Há, ainda, o *decalque*. Esse consiste na versão literal do item léxico estrangeiro para a língua receptora. *Alta tecnologia* foi decalcado de *high technology*, *supermercado* foi decalcado de *supermarket*.

A recepção de termos estrangeiros de uma língua para a outra pode se dar através do contato entre línguas – ocorre quando um país que fala uma língua faz fronteira com um país que fala outra língua - como é o caso da França, que faz fronteira com o Reino Unido, país que fala o inglês, e que, por isso, o francês tem recebido bastante interferência dos anglicismos.

No caso do Brasil, a interferência dos anglicismos vem se dando através de outros fatores, considerando que a língua inglesa nos chega juntamente com o comércio, a ciência, a tecnologia, a informática, os eletroeletrônicos, a mídia, a cultura popular (a festa do *halloween*) e de entretenimento (o cinema e a música) dos americanos. Assim ocorre com a língua portuguesa e com outras línguas em diferentes pontos do mundo, que também estão recebendo anglicismos - na Europa, em países da África, Ásia e nas Américas.

A maioria dos termos técnicos da *web*, por exemplo, usados em todas as línguas do mundo são provenientes da língua inglesa. Essa é uma dimensão significativa do uso de anglicismos nas mais diversas línguas mundiais. Entretanto,

isso pode mostrar uma certa perda da capacidade que as línguas têm de criar novos termos e expressões nativas para representar novas realidades, ou talvez um certo comodismo, já que a opção pela adoção parece ser mais cômoda.

Esses aspectos contribuem para a abrangência do uso dos anglicismos e chega a preocupar alguns estudiosos de línguas por todo o mundo. O inglês está sendo adotado, cada vez mais, por falantes de todas as outras línguas, juntamente com a cultura americana embora, em muitos casos, essas palavras estrangeiras, ao serem recebidas por outras línguas sofram adaptações de acordo com a língua receptora – seja na grafia ou nos campos fonético, semântico e gramatical. Vejamos:

A - INTEGRAÇÃO FONÉTICA E ORTOGRÁFICA DOS ANGLICISMOS

Os anglicismos recebidos na língua portuguesa já sofreram adaptações fonéticas como é o caso de *shopping* (que é pronunciado com **en** ao invés da pronúncia inglesa da terminação *ing*, e até já tem pronúncia aportuguesa *shopen*), *e-mail* (a vogal inicial **e**, pronunciada em inglês com o som do fonema /i/, é por nós pronunciada com fonema inicial ‘e’ como escrito) e *hamburger* (em português, o fonema ‘h’ é mudo. No inglês o ‘h’ é aspirado) e muitos deles já sofreram adaptações ortográficas, como é o caso de *futebol*, *estresse* e tantos outros. Essas adaptações refletem a adoção dessas palavras estrangeiras pela nossa cultura.

B - INTEGRAÇÃO SEMÂNTICA DOS ANGLICISMOS

No campo semântico, o significado de um anglicismo pode ser restrito ou expandido. Há casos quando um anglicismo expande o número de seus significados depois que é integrado a uma língua receptora. Esse processo é chamado ‘expansão de significado em número’.

No Brasil, os anglicismos também sofrem adaptações semânticas, isto é, alguns deles tiveram os seus significados ampliados ou até alterados, embora a maioria permaneça com os seus significados de origem. Como exemplo podemos destacar: *show* – que significa *mostrar* (verbo) e *espetáculo* (substantivo), em inglês, tendo sido adotada por nós como *espetáculo* e vem sendo utilizada com outros significados, que serão mostrados em nossas análises, constituindo, assim, um caso raro de mudança semântica.

C - INTEGRAÇÃO GRAMATICAL DOS ANGLICISMOS

Sendo as línguas portuguesa e inglesa duas línguas modernas e ocidentais com sistema morfossintático semelhantes, a integração gramatical dos anglicismos à língua portuguesa ocorre de maneira natural, embora sejam duas línguas de origens diferentes, isto é, a língua portuguesa é uma língua latina e a inglesa seja uma língua de origem anglo-saxônica. Substantivos, adjetivos e verbos aqui chegados, provenientes do inglês, mantém a classe gramatical da língua que provém na grande maioria das vezes, decalcados ou não, como são os casos de: *delete* (foi recebido como verbo em inglês e adaptado para o português como *deletar*); *xerox* (foi recebido como o substantivo e verbo adaptado para o português como 'xerocar") *software* e *hardware* (recebidos como substantivos, sem qualquer adaptação).

Vale enfatizar que as palavras estrangeiras vindas do inglês e recebidas por outras línguas demonstram claramente, e acima de tudo, um fenômeno de comportamento: o mundo gosta e recebe bem o que vem dos Estados Unidos. O que é americano é aceito por outras culturas como sendo o melhor. Isso faz da língua inglesa uma língua privilegiada, dada a sua origem, e torna privilegiado, também, quem faz uso dela. Com isso, os falantes não vêem nos anglicismos uma ameaça à sua língua.

Na língua portuguesa, o fenômeno dos anglicismos tem ocorrido com muita intensidade, embora o Brasil só faça fronteira com um país que fala o inglês (Guiana Inglesa), mas que não faz qualquer diferença dada à pequena extensão fronteiriça e o inexpressivo contato devido à baixa densidade populacional. É, portanto, um fato impressionante de que em todo o restante da enorme extensão territorial geográfica do país, cercada de espanhol por todos os lados – com exceção do litoral – fala-se a língua portuguesa e os mais de 170 milhões de habitantes do país nela se entendem, tecem a história de suas vidas, de suas vivências, de seus encontros e diferenças. Isso prova que a posição geográfica do nosso país não interfere na questão em discussão, como ocorre, em alguns países europeus, onde o processo de recepção de anglicismos é facilitado, mas não determinado, pela proximidade geográfica com países que falam o inglês, como é o caso da França e da Inglaterra, por exemplo.

Como já afirmamos, a intensidade de ocorrências de anglicismos no Brasil é resultado de um processo político, econômico, social e cultural, e que tem, na Internet, um fator favorável - a língua inglesa é a língua da informação e da informatização.

A quantidade de anglicismos usados em nosso dia-a-dia é muito grande embora não sejam eles os únicos empréstimos da língua portuguesa ao longo de sua história como já pudemos mostrar, e que, por certo, não serão os últimos, já que empréstimo é um processo natural e que diz respeito a qualquer língua viva.

As palavras originadas do inglês, ao serem recebidas pela língua portuguesa, podem passar por uma série de transformações no português, e podem até gerar novas formas que acabam se tornando estranhas até aos falantes do inglês. É interessante considerar alguns dos possíveis motivos do amplo uso de termos do inglês em nossa linguagem cotidiana, que registraremos a seguir:

- a) As terminologias que são trazidas do inglês nos manuais dos eletroeletrônicos e de computadores (*internet, deletar, escanear*), bem como na ciência e na pesquisa (*expert, feedback*).
- b) Os jargões usados nas mais diferentes áreas, como da economia (*business, marketing*) e do jornalismo (*news, flash*).
- c) Na cultura, especialmente na música: *o rock, o jazz, o blues, o hip hop* e, mais recentemente a música *techno*.
- d) Nas abreviações: *net, high-tech*.
- e) Na alimentação, especialmente o que está relacionada a ‘*fast food*’ como *self-service*.
- f) No mundo da moda, para designar o que está na moda: *top model, style, fashion, design*.
- g) O reflexo inconsciente pró-americano, isto é, qualquer expressão que se usa para demonstrar que o que tem valor é importado dos Estados Unidos: *brother, nerd*.

Há, por essas razões, um movimento organizado para hostilizar os anglicismos. É uma tendência que existe em outros países também, especialmente na França e em Portugal. Mas os resultados dessas tentativas de reduzir o uso de

anglicismos são bem conhecidos – os falantes comuns continuam usando anglicismos, sobretudo os jovens continuam usando-os, embora, algumas vezes, já se tenha, na própria língua, termo de igual significado. Os termos do inglês continuam sendo a preferência, mais particularmente em algumas áreas como o da economia, marketing e informática.

Na França, atualmente, e sem sucesso, já existem termos em francês relativos ao computador e a outras áreas que antes só existiam em inglês. Por exemplo: “le matériel” (para o *hardware*), “le logiciel” (para o *software*) e “le messagerie” (para *e-mail*), dentre outros. Isso mostra que lá, por força da legislação, há uma preocupação em se traduzir para o francês o léxico que tem origem inglesa. Essa é, inclusive, uma atribuição da Academia Francesa de Letras. Isso, entretanto, não quer dizer que na França os anglicismos tenham desaparecido, isto é, que os franceses tenham deixado de usar estrangeirismos de origem inglesa – para eles, há a opção da escolha entre duas palavras – francesa ou inglesa – para representar a realidade. Na prática, o inglês continua levando vantagem.

Segundo pesquisa feita por Rollason (2004), foram coletadas algumas frases em jornais franceses e que mostram claramente que na França, apesar da legislação, o uso do léxico inglês continua acontecendo como veremos a seguir:... à échanger des **e-mails**, ... a rechercher un job sur les **sites** d'emploi' ; 'ils veulent juste des **snacks** ouverts 24 heures sur 24' ; '**tee-shirt**, haut débit et fun''le directeur du **marketing**' ; 'cette **start-up star** de la Bourse'; 'leur **business plan**' etc.

Esses exemplos revelam duas tendências – uma é o uso continuado de anglicismos que representa a cultura americana que continua se manifestando em outras culturas e a outra é a ineficácia das leis para determinar a linguagem dos falantes.

Apresentaremos, a seguir, outros exemplos dos anglicismos mais usados em nossa língua, pesquisados em um *site* da Internet e que o autor classifica como anglicismos de compreensão geral, os anglicismos aportuguesados, os anglicismos usados nos negócios, os anglicismos no setor financeiro, os anglicismos que influenciam na música e os anglicismos usados, ainda segundo o *site*, em toda parte.¹

¹ <Fonte: www.disal.com.br/hroutes>.

I - ANGLICISMOS DE COMPREENSÃO GERAL

O Quadro 1 apresenta alguns exemplos de anglicismos de uso corrente, os quais são compreendidos pela maioria da população.

Bacon	Internet	Recall
CD (Compact Disc)	Ketchup	Shopping Center
DVD (Digital Vídeo Disc)	Marketing	Site
Happy hour	Mouse	Walkman
Hacker	On-line	

Quadro 1 – Anglicismos de compreensão geral
Fonte: www.disal.com.br/nroutes

Os anglicismos apresentados nesse Quadro como de compreensão geral, isto é, que são compreendidos pela maioria da população, também são específicos de outras áreas. *hacker* e *on-line*, por exemplo, são anglicismos da área de informática e *marketing*, que é mais usado na área de negócios.

II – ANGLICISMOS APORTUGUESADOS

Existem também palavras que já foram aportuguesadas, e que até podem constar nos dicionários de português, cuja origem inglesa é desconhecida da maioria dos brasileiros. O Quadro 2 a seguir apresenta alguns exemplos.

Palavra Original	Adaptação para a língua portuguesa
Click	Clicar
Container	Contêiner
Diskette	Disquete
Cellular	Celular
Stress	Estresse
To break	Brecar
To delete	Deletar
Cosmetic	Cosmético
Shampoo	Xampu
Videotape	Videoteipe
Cream	Creme
Media	Mídia

Quadro 2 – Anglicismos aportuguesados
Fonte: www.disal.com.br/nroutes

Palavras como *clicar*, *disquete* e *celular*, cujas formas de origem são tão parecidas com a forma adaptada para a língua portuguesa, faz com que o falante sequer perceba a origem inglesa delas. Ao contrário do que acontece com *shampoo* e *stress*, que embora tendo suas formas adaptadas, a forma de origem é a mais aceita.

III – ANGLICISMOS NA INFORMÁTICA

No que diz respeito à informática, o *site* pesquisado cita várias palavras que já foram traduzidas para o português, como *salvar* e *formatar*. Algumas permaneceram inalteradas, como *off-line*, *software* e *hardware*, enquanto outras foram adaptadas e até criadas, como deletar (apagar), *printar* (imprimir), *estartar* (iniciar), *site* (sitio) e *atachar* (anexar). Apesar de não constarem dos dicionários, são empregadas normalmente, pelos usuários de computadores, que acabam se entendendo perfeitamente.

Vale citar que as traduções *salvar* e *formatar* e a adaptação *deletar* foram aceitas pelos falantes de língua portuguesa, o que não ocorreu, por exemplo, com a adaptação *sítio* – a forma de origem *site* continua sendo a preferida.

IV – ANGLICISMOS NOS NEGÓCIOS

Nos negócios, várias palavras são comumente empregadas em sua forma original, sem tradução. O Quadro 3 apresenta alguns exemplos.

Anglicismos	Significado ou correspondente em português
Benchmark	Indicador importante que pode ser usado como referência para comparação de valores.
Breakeven	Ponto de equilíbrio, onde não há lucro ou prejuízo, pois custos se igualam às receitas.
Budget	Orçamento.
Cash flow	Fluxo de caixa.
Commodities	Mercadorias padronizadas, comercializadas em grandes volumes.
Deadline	Prazo final, data limite.
Feedback	Informações enviadas de volta em resposta a uma solicitação.
Follow-up	Acompanhamento.
Funding	Provisão de recursos para despesas.
Headhunter	Pessoa de recursos humanos que recruta executivos para companhias.
Headquarter	Sede, matriz.
Overhead	Despesas gerais de fabricação, DGF.
Player	Participante envolvido ativamente em um ramo competitivo de mercado.
Staff	Equipe, grupo de funcionários ou assessores.
Target	Alvo, objetivo.
Warehouse	Depósito, armazém.

Quadro 3 – Anglicismos nos negócios
Fonte: www.disal.com.br/nroutes

A maioria das palavras de origem inglesa usada nas áreas dos negócios e do setor financeiro (Quadros 3 e 4) não tem termo exato correspondente na língua portuguesa e, por isso, são utilizados em inglês como: *Headhunter*, *Commodities*, *Benchmark* e *Holding*. Já a palavra *feedback*, que também não tem termo correspondente na língua portuguesa, não é usada, apenas, nas áreas citadas pelo *site*, mas em outras áreas também. Vale ressaltar que as palavras citadas no Quadro acima só são empregadas por um pequeno grupo (a grande maioria da população sequer as conhece) e que as mesmas podem permanecer por um longo tempo ou podem, em curto período de tempo, ser substituídas por outras.

V – ANGLICISMOS NO SETOR FINANCEIRO

No meio financeiro, o uso de termos em inglês, sem tradução, também é muito amplo, como mostra os exemplos do Quadro 4 a seguir:

Anglicismos	Significado ou correspondente em português
Blue chips	Ações de primeira linha, de grande liquidez e baixo risco.
Bonds	Notas promissórias emitidas por governos, bancos ou empresas.
Commercial papers	Títulos negociáveis emitidos por bancos ou empresas no exterior.
Float	Ganho bancário com a aplicação do dinheiro que os clientes deixam em conta.
Hedge	Proteção contra riscos de oscilações do mercado.
Holding	Empresa que detém o controle acionário de outras companhias ou de investimentos.
Rating	Classificação do risco de crédito.
Small caps	Ações de segunda linha, de baixa liquidez e maior risco.
Spread	Diferença entre o custo da captação e dos empréstimos.
Swap	Troca de ativos (bens, moedas, taxas de juros, etc.)

Quadro 4 – Anglicismos no setor financeiro
Fonte: www.disal.com.br/nroutes

VI – A INFLUÊNCIA NA MÚSICA

Na música, o *site* mostra que importamos o *jazz*, o *swing*, o *reggae*, o *rock*, o *twist*, o *rap*, o *funk*, a música *country*, e até o Falcão, nosso irreverente cantor, que de forma irônica dá ênfase ao inglês em suas letras, cantando: *I' m not dog no* (eu não sou cachorro, não!).

Outros músicos brasileiros também usam muitas palavras inglesas em suas músicas, como o cantor César Brunetti na música seguinte:

Ô Anna

Ô Anna, I wanna be star / Vou comprar uma guitarra na Isnard / “Onde é mais fácil comprar” a prestação / Mamãe me deu uma mão / / Quando eu te vejo pedalando essa Singer, costurando os meus jeans / Me dá vontade de ser fórum James ou James Dean / Ou maybe Steve Mc’ Queen... // Eu te botava na garupa da Harley, te enturmava no Harlem / Te levava nos bailes “Brake Tupiniquin”, ô mãe / A dança agora é assim // A gente vive importando uma ginga, entortando um língua / Na vanguarda da míngua, na marvada da pinga, ô mãe / É o Brake Tupiniquim... // Ô Anna I wanna be a man, but I’m a crazy baby / Carecendo uma overdose de B12, ou Sabin, Mama / Mama eu quero voar // Ô Anna I wanna hold your hands / But a time I get a phoenix, te compro uma Bendix / Te tiro desses tanques ô mãe / I wanna say tanks, ô mãe / Que eu vou viver de cantar... // Ô Anna I wanna be star / Vou comprar uma guitarra na Isnard a prestação / E exemplar de violão e guitarra / Mamãe eu quero cantar.

O grupo KLB também usa muito em suas músicas a palavra *baby*, que pode significar meu bem ou querida, amor, etc. A banda Raimundos, por exemplo, compôs uma música que tem como título o nome, *O Reggae do Maneiro*. A banda O Rappa também cita algumas palavras inglesas em suas composições como, *honey*, *baby*, ou então, usam até nomes próprios de origem inglesa como na música *Hey Joe*, composta por Marcelo Falcão (vocalista) e Marcelo Yuka (tecladista). Outro grupo de bastante sucesso no Brasil que também usa palavras inglesas em suas composições é o grupo Skank, como mostra a música abaixo:

Jackie Tequila

(Samuel Rosa / Chico Amaral)

Funk lá no morro da Mangueira / Essa menina tó dizendo sim, eu sei / Noite bamba, tudo a beça / Baião na rampa do Cruzeiro / Essa menina tó dizendo don’t worry / Cause everything is gonna be alright / Everything, every tune will be played by night / Reggae lá na rádio do café / Rapaziada que estiver afim vai lá / Eu vou ficar com Jackie / Se é que Jackie vai pra lá / E se não for, já foi / O bonde do desejo segue rumo / Caixa, bumbo e sexo / Saudade na rampa do mundo / Seu nome é Jackie, Jackie Tequila / Seu nome é Jackeline Misty Tequila / Jackie foi nascer numa cabana em Noa Noa / Sol do Taiti na pele, nowboah / Seu pai cruzou o mar, duas filhas na canoa / Côco pra beber e leite de leoa / Jackie é uma menina tão bonita que enjoa / Enjôo de vertigem, viagem de avião / Hálito de virgem, dois olhos de amêndoas / Vaca, cadela, macaca e gazela / Linda toda, toda linda ela / Toda beleza se reconhece nela / Jackie Tequila, coca-cola e água / Égua, língua, míngua minha mágoa.

VII – O INGLÊS EM TODA PARTE

O autor do *site* observa que nos supermercados encontramos o inglês nas prateleiras, estampado em diversos produtos e com nomes diferentes: detergente *Yes*, amaciante *Comfort*, desodorante *Feel Free*, *shampoo Johnson's*, creme dental *Close-up*, absorventes *Carefree* ou *Always*, etc..

Na sessão de alimentos e bebidas a coisa muda um pouco devido ao prestígio dos franceses e italianos no setor de vinhos, queijos e massas. Porém, anglicismos são também encontrados nos iogurtes *Dan-up*, nas balas *Kid's*, na goma de mascar *Freshen-up* ou no *Trident*, no pão *Pullmam* ou *Seven Boys*, nos refrigerantes *Pepsi* ou *Sprite*, etc..

Nas lojas de roupas e calçados de qualquer *Shopping Center*, também encontramos o inglês. As marcas não deixam dúvidas: *Levi's*, *Fórum*, *All Star*, *Zoomp*, *Hot Point*, *Wrangler*, *Grendha*, *Código Teen Jeans Wear*, *Nike*, etc.

“O inglês em toda parte”, a que o *site* se refere, são as marcas e produtos que estão à venda em lojas e supermercados no Brasil e que são nomeados com anglicismos.

Hoje em dia parece “esnobe”, “chique”, “*vip (very important person)*” usar palavras inglesas. Até as casas comerciais estão preferindo as denominações estrangeiras, mesmo que os produtos à venda sejam nacionais. O Quadro abaixo mostra alguns exemplos encontrados em casas comerciais em Teresina.

Pet House	Vídeo Box
Ice cream	Studio Cabelos
Stop Cell	Double Drink
Light Meals	Cellshop
Web Club Informática	The Books
Cookie's Eventos	Ibratin Show Room
Riverside Walking	1ª ICF Party
Classic for Men	Blackout surf
Phone Cell	Car Multi-service
Beer Store	Bob's – Drive Thru
Fitness	Raccell

Quadro 5 – Anglicismos que aparecem em casas comerciais de Teresina
Fonte: da autora

O mais interessante é o uso indiscriminado da palavra *disk*, como *disk* gás, *disk* entulho, *disk* pizza, *disk* isso, *disk* aquilo, etc. O verdadeiro significado da palavra *disk* é disco, na área da informática. E a palavra correspondente para discar pedindo uma pizza, por exemplo, seria *dial*, e não *disk*. Essa confusão se dá pela proximidade, tanto na pronúncia quanto na grafia, que há entre os léxicos *disk*, do inglês, e *disque*, da língua portuguesa.

2.2 Aspectos sociolingüísticos dos anglicismos no português

O uso de anglicismos reflete o prestígio das culturas americana e inglesa sobre a brasileira. Esse fator, segundo Alves (1988, p.5) pode até levar à criação, na língua receptora, de elementos de aparência estrangeira, como é o caso de *footing*, um falso anglicismo esportivo.

Na sociedade brasileira, o uso de anglicismos também decorre de um desejo que algumas pessoas têm de demonstrar refinamento, outras desejam demonstrar que estão atualizadas, na moda, 'antenadas'. Isso reflete a intervenção científica e tecnológica norte-americana sobre a brasileira bem como uma intervenção de caráter ideológico. Para Vasconcelos: "a comunidade brasileira a cada dia vai assimilando mais elementos com base nos costumes e modo de vida do povo dos Estados Unidos. O falante brasileiro toma-o como modelo, imitando-o primeiramente pela língua" (1994, p.1430).

Sabemos que os Estados Unidos são um país de grande poder político-econômico e cultural, reconhecido como exportador de bens de consumo, de pesquisa científica, de tecnologia, de multinacionais, de música, de cinema, de moda, de alimentos etc. Toda essa influência se reflete no léxico, com mais intensidade, com o advento da Internet, que nos tem trazido, com a velocidade da luz, a língua inglesa por meio da informação. Com essa mesma rapidez, é conferido, a cada termo do inglês, que aqui chega, grande importância e preferência, pois os mesmos traduzem 'status', isto é, uma representação social prestigiosa para quem os usa.

Tal aspecto podemos verificar nos adolescentes brasileiros. O emprego de anglicismo demonstra a admiração e a imitação de modelos estrangeiros em todos os setores. São eles que, em grande maioria, freqüentam os 'sites' da Internet,

trocam idéias nos ‘chats’, tem ‘flogs’ e ‘blogs’, curtem músicas ‘rock’, atualmente ‘hip-hop’, comem ‘hamburgers’, bebem ‘milkshake’, assistem a filmes do tipo ‘trash’ e usam gíria do tipo ‘nerd’. A grande influência do modo de vida americano reflete especialmente na linguagem.

Esses usos são decorrentes da relação língua, cultura e sociedade. Os falantes decidem o que utilizar em razão de fatores culturais e sociais. E, muitas vezes, um termo estrangeiro, devido a sua grande aceitação e uso, nem sempre soa como estrangeirismo com é o caso de *jeans*, *show*, *hamburger* e outros.

O intercâmbio, hoje tão facilitado pela informatização da informação, entre comunidades lingüísticas diferentes, repercute no contato entre as línguas que favorece o enriquecimento do seu léxico, através da adoção de palavras estrangeiras como destaca Froehlich:

A história dos empréstimos é principalmente uma amostra ou um índice do desenvolvimento cultural de determinado povo; de suas conquistas culturais. Cada empréstimo encerra em si toda uma história de descobertas...Especialmente nos nossos dias presenciamos o surgimento de um grande número de empréstimos de muitos tipos, que surgem, não de um único povo ou cultura, mas praticamente de quase todos os povos e culturas, o que significa que o ser humano deixou de ser estritamente nacionalista, para se transformar em internacionalista. (1980, p. 91).

Rajagopalan (2004, p.12) observa que o inglês está presente em todos os lugares – em anúncios de neon, vitrines de lojas, comerciais de televisão, jornais e revistas populares e em camisetas usadas pelo povo. São os comerciais de televisão, a música, a Internet, os esportes e as camisetas que mais atingem os adolescentes. Para ele, o inglês infunde uma aura adicional ao produto que está sendo comercializado, em especial, acrescenta algo de moderno, o que chama atenção dos mais jovens.

Crianças e adolescentes, das classes média e alta, estão cada vez mais familiarizados com os anglicismos tendo em vista, também, a facilidade que eles têm de freqüentar um curso livre, as meninas, ao completarem quinze anos, atualmente trocam a tradicional festa de debutantes, por uma viagem para Disney. Os pais, lembra Rajagopalan (Ibid., p.16), não só aceitam a tendência anglicizante dos filhos, como sentem-se felizes por poder mandar seus filhos a escolas especiais de “Cultura Inglesa”. Essa realidade não é vivenciada por crianças e jovens das classes

média-baixa e baixa que freqüentam escolas públicas. A exigência, pela sociedade brasileira, de se saber uma língua estrangeira para se conseguir trabalho, ou se ter acesso a um curso superior, seja de graduação ou de pós-graduação, começa a ser atendida ainda na 5ª série do ensino fundamental, de acordo com a LDB de 1996, Lei nº 9.394 que diz.

Na parte diversificada do currículo será incluído, obrigatoriamente, a partir da quinta série, o ensino de pelo menos uma língua estrangeira moderna cuja escolha ficará a cargo da comunidade escolar, dentro das possibilidades da instituição (art. 26). No ensino médio será incluída uma língua estrangeira obrigatória, escolhida pela comunidade escolar, e uma segunda, em caráter optativo, dentro das possibilidades da instituição (ART. 36, INCISO III).

O papel da língua estrangeira na educação do nosso país também está expressa nos Parâmetros Curriculares Nacionais – Língua Estrangeira (1998, p. 37), que diz:

A língua estrangeira contribui para o processo educacional como um todo, indo muito além da aquisição de um conjunto de habilidades lingüísticas. Leva a uma nova percepção da natureza da linguagem, aumenta a compreensão de como a linguagem funciona e desenvolve maior consciência do funcionamento da própria língua materna.

Para Celani (2004, p.121), a aprendizagem de uma outra língua faz parte de uma educação intercultural visando à promoção do entendimento entre as pessoas. Com a globalização, o mundo é essa aldeia global, onde se vive além do seu país e o inglês, atualmente, tem esse papel fundamental de permitir a comunicação entre povos de raças e línguas diferentes. E, sem dúvida nenhuma, todos querem poder usar um pouquinho, através dos anglicismos, essa língua franca que, na opinião de tantas pessoas humildes, que sequer sabem o significado de algumas dessas palavras, dizem: “Não entendo o que quer dizer, mas só sei que é muito chique”.

Podemos concluir que atitudes que não levem em conta as tendências deste milênio, como leis proibindo o uso de palavras de origem inglesa, não serão eficazes. Ao contrário, temos que reconhecer que as línguas modernas não permanecem estáticas e fechadas, mas se atualizam continuamente. Incorporar termos estrangeiros faz parte desse processo de evolução natural mediante o qual as línguas se adequam às necessidades e mudanças do momento. Não podemos,

porém, permitir uma invasão acrítica, sem levar em conta a integridade da língua portuguesa. Na verdade, abusar do estrangeirismo sem necessidade real, por considerar que com isto se está sendo chique ou demonstrando saber, acaba, ao contrário, sendo um sinal de ignorância e desprezo pelas origens. Quando existirem termos equivalentes, no português, que atendem a realidade empírica, devemos usá-los sem medo de perda de *status*, eficiência ou charme.

Em pleno século XXI, e vivendo os efeitos da globalização, o mais importante é uma conscientização crítica que saiba discernir entre o que é verdadeiro intercâmbio cultural e lingüístico e o que é mero modismo.

Com tal postura crítica, nossa língua, “inculta e bela” , como a última flor do Lácio, não vai murchar, mas continuará bela sem, contudo, desprezar, sumariamente, as contribuições lingüísticas que o inglês ou qualquer outro idioma possa lhe trazer. Hoje, os falantes de nossa sociedade decidiram pelo inglês como língua franca, amanhã pode ser qualquer outra língua.

Passaremos, no capítulo seguinte, para a análise de alguns aspectos lingüísticos e sociolingüísticos dos anglicismos que formam o *corpus* de nossa pesquisa.