

Língua, Nação, Mundo E Estrangeirismos: A Língua Em Uma Relação Comercial

Valdeni da Silva Reis¹

¹ Faculdade de Letras (FaLe) – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
E-mail: valsreis@yahoo.com.br

Resumo. *Este artigo propõe uma reflexão e discussão acerca da constituição do idioma nacional, enfatizando as relações entre língua, nação, mundo e estrangeirismos e as questões políticas, nacionais, identitárias e até mesmo comerciais, aí envolvidas. Propõe discutir o processo histórico de constituição de uma língua levantando questões referentes à sua “pureza” e à ação dos puristas em defesa de uma língua imutável. Discute sobretudo, a presença dos estrangeirismos na língua portuguesa falada no Brasil, e como esse fenômeno acontece e é alimentado principalmente nas relações comerciais. Por fim, o trabalho propõe uma reflexão acerca do poder exercido pelos falantes na mobilidade de uma língua que caminha com seu povo que fala.*

Palavras-chave. *Língua; Purismo; Idioma Nacional; Estrangeirismos; Comércio.*

Abstract. *This paper intends to discuss the national language focusing on the relationship among language, nation, world and foreign words in the national language. It aims at discussing political, national and identity questions involved in the historical constitution of a language pointing out aspects of the term “purity of a language” and the action of some “purists” in order to “protect” what they believe to be an unchangeable language. Finally, this paper proposes to discuss foreign words used in the Portuguese language spoken in Brazil mainly within trade exchanges.*

Keywords: *Language; Purism; National Language; Foreign Words; Trade*

1. Introdução: Questões acerca da língua e de seu povo que fala

A língua falada por um determinado povo é e sempre foi afetada por palavras e/ou expressões de uma outra. Essas palavras podem ser denominadas empréstimos e/ou estrangeirismos que segundo Bréal (1992), existem desde sempre, ou seja, em todas as épocas. Essa influência, por inúmeras vezes, é interpretada como uma invasão que agride, danifica e degrada a “pureza” da língua, corroendo ao mesmo tempo, a identidade de seu povo. Mas o que seria a pureza de uma língua? Seria possível uma nação conservar sua língua livre de toda e qualquer influência estrangeira? Nesse contexto, todos os estrangeirismos são dignos de condenação, ou existiria um uso de empréstimos que seja benéfico e necessário à constituição de um idioma nacional? Há um uso de empréstimos que determine uma relação da língua com comércio, ou seja, língua como mercadoria?

Na tentativa de discutir tais questões – ou quem sabe até respondê-las – proponho nesse trabalho uma breve reflexão acerca da língua, da nação representada por ela e do mundo do qual ela faz parte. Proponho sobretudo, focalizar o exagero presente muitas

vezes no uso do estrangeirismo e como seu abuso estabelece uma relação língua e mercadoria, ou língua em uma relação comercial com os estrangeirismos. Discutirei enfim, a relação identidade, nação e mundo representados em uma língua a partir do uso dos estrangeirismos.

2. A Pureza de uma Língua: Possibilidade Real ou *Puro* sonho?

Um ponto de partida para essa discussão, seria estabelecer, se possível, os conceitos acerca da pureza de uma língua. Seria possível definir e defender uma língua pura?

Segundo a concepção purista de língua, uma língua pura seria uma língua “limpa”, isenta de contaminações oriundas das línguas estrangeiras; uma língua preservada de empréstimos e de seus recorrentes exageros. O purismo, nesse conceito, visa à conservação da língua imutável na tentativa de conservar na *pureza* da língua sua integridade e juventude – “o homem não quer envelhecer; ele lê na evolução da língua sua própria decadência”, afirma Marina Yaguello (2001), professora da universidade da França em seu texto *Não mexe com a minha língua*, explicando que os puristas temem a mudança e movimento de uma língua, porque eles enxergam nessa evolução, o poder do tempo sobre cada um, e conseqüentemente, sobre a língua, uma vez que as gerações mais jovens a transformam e a rejuvenescem, falando-a, vivendo-a.

Segundo Brèal (1992) muitos são os preconceitos envolvidos na discussão acerca da defesa de uma língua pura. O principal, do qual todos os outros emergem, é a crença de que a pureza da língua é como algo que se assemelhe à pureza da raça, prossegue o autor. O aparecimento de uma palavra estrangeira em uma dada língua representaria, então, uma contaminação digna de repúdio. Essa contaminação estrangeira, na visão purista, corroeria a identidade nacional a partir dos valores e princípios transportados via língua. Conforme Garcez e Zilles (2002:15):

A noção de estrangeirismo, contudo, confere ao empréstimo uma suspeita de identidade alienígena, carregada de valores simbólicos relacionados aos falantes da língua que origina o empréstimo.

Sabe-se, no entanto, que desde os primórdios, o homem não pertence apenas a um único grupo étnico ou nacional, pois ele tem a necessidade de fazer parte de comunidades que compartilhem ideais e que são, ao mesmo tempo, “mais extensas e mais limitadas” (Brèal, 1992:173). Logo, grupos diferentes oriundos de diversos países têm a necessidade de se encontrar, trocar experiências pela sociedade, pela ciência e, por isso, precisam comunicar-se de uma forma, no mínimo, eficiente. Essa comunicação, transforma-se em *mecanismo de transporte*, pois afeta e modifica a língua de cada indivíduo presente nessa inter-relação. Concomitantemente, outros *mecanismos de transporte* de uma língua, como músicas, filmes, literatura, garantem ainda mais rápido que ela caminhe com a sociedade, movimentando-se e, então, emigrando e espalhando-se em *estrangeirismos* que se alojam e ganham espaço no idioma de uma dada comunidade.

É comum que uma língua se nutra de outras. Também é absolutamente normal e salutar – além de fato antigo – que os vocábulos ao atravessarem as fronteiras venham, em geral, de uma cultura dominante. No início do século XX, por exemplo, o francês exercia esta influência sobre os demais idiomas. Tratava-se então dos empréstimos de palavras advindas da língua francesa – o galicismo – que se revelaram

passageiros, em sua maior parte, mas que doaram às línguas ao redor do mundo contribuições lexicais incorporadas a cada idioma e legitimadas pela ação do tempo e pelo uso de seu povo.

Na atualidade, no entanto, é a língua inglesa que distribui forte influência nas línguas faladas ao redor do mundo. Com o avanço da globalização tecnológica enfrentada pelo mundo e, de certa forma, liderada por falantes da língua inglesa, tornou-se ainda mais rápido e eficiente a influência dessa língua na fala de outros povos. Ao mesmo tempo, uma emergente relação comercial cede, sem grande ou nenhum esforço, ao apelo da máquina globalizante capitalista, explorando a associação entre a língua inglesa e o comércio, que aspira por meio de tal uso, tornar-se mais atrativo à medida que vincula valores econômicos, sociais e até ideológicos aos seus produtos e/ou estabelecimentos.

A língua, bem como seus vocábulos que nesse cenário atual da globalização tecnológica e científica ultrapassa limites e barreiras, quer no campo político-econômico, quer no campo sociolinguístico, representa uma ideologia dominante, logo, seu uso alcança um lugar de prestígio e credibilidade. Segundo Rajagopalan (2003a), quem domina a língua dos dominantes – atualmente o inglês – passa a ser admirado como uma pessoa culta e distinta. Por outro lado, mesmo quem não domina de fato tal língua, vê-se incluído, ou obrigado a se incluir, em um mundo globalizado e às idéias oriundas e difundidas dentro desta concepção, reproduzindo por isso, palavras e/ou expressões dos “dominantes” na tentativa de ver-se aí incluído.

É neste e por este novo cenário mundial que as línguas sofrem influências mútuas de forma ímpar, revelando, por vezes tantas, um cidadão multilíngüe em uma conotação nova, que reconhece a ação do intercâmbio sócio, cultural e econômico na língua de um dado povo, como acontece em países da África e em comunidades da União Européia. Como afirma Rajagopalan (op. cit: 69): “O cidadão desse novo mundo emergente é, por definição, *multilíngüe*”. (grifo meu)

Por outro lado, esse cidadão multilíngüe vive em mundo globalizado que interliga povos de tantas terras dando origem ao fenômeno chamado, de acordo com Robins, de “transnacionalização” da vida cultural e econômica dos envolvidos, direto ou indiretamente (apud Rajagopalan, 2003b). Aliado a essa “transnacionalização”, encontra-se a “desterritorialização” das pessoas. Ou seja, o ser seria um cidadão do mundo, logo, sem pátria, sem a visão fechada e fixa de nação (Krause e Rencwick apud Rajagopalan, op. cit.). Sua língua, conseqüentemente, revela-se língua do mundo, ditada por uma necessidade sócio-econômico-cultural globalizada. O ser caracteriza-se, nessa relação, como um ser multilíngüe mas, ao mesmo tempo, arriscado a não ter língua alguma, uma vez que esse cidadão do mundo não pertenceria mais à pátria alguma em específico.

Contudo, devo propor nesse ponto, a discussão acerca deste ser inserido neste novo contexto, e sua relação com o estrangeirismo. Exploreemos então, esse cidadão que é constantemente bombardeado das formas mais distintas pela influência de estrangeirismos largamente difundidos por canais múltiplos (por exemplo a televisão, a música, os letrados, a internet, etc) dentro de sua própria nação. A língua, nesse contexto, transforma-se em mercadoria uma relação comercial. Barónas (1981), propõe uma relação língua e mercadoria na qual o saber metalinguístico canônico (no caso a língua padrão do português do Brasil), é transformado em mercadoria, submetendo-se

então, às leis do mercado para a elaboração de livros, cartilhas, artigos que oferecem “receitas” para um uso da língua sem “erros”. Nessa concepção, o que é oferecido é um produto que visa solucionar problemas individuais e coletivos e que legitima a relação língua-mercadoria, visto que o estrangeirismo torna mais atraente o comércio e seus anseios de promoção de um determinado produto ou estabelecimento comercial.

Todavia, proponho o emprego dessa definição apresentada por Baronas (op. cit.) de uma forma ainda mais abrangente. Esta, alcançaria alimentando a discussão referente à língua e aos estrangeirismos nela apresentados. Nesse contexto, lanço mão dessa transformação da língua em mercadoria no intuito de explicitar como e porque o comércio adota palavras e expressões inglesas em suas investidas de promoção. Afirma Baronas (op. cit.: 87):

... a língua que era o veículo pelo qual as mercadorias eram anunciadas e vendidas, se transforma no momento atual em mercadoria também. Ou seja, industrializa-se a língua de maneira semelhante à industrialização de um automóvel ...

Expandindo a partir do excerto acima, diria que a língua estrangeira passa ser veículo atrativo para o anúncio e comercialização não apenas das mercadorias, mas também dos estabelecimentos que a utiliza. Dessa forma, o cidadão brasileiro vê-se cercado por estrangeirismos que, muitas vezes, lê não entende, mas repete e reproduz o estranho. O estrangeiro é assim reproduzido numa relação comercial, como se a língua ao promover produtos e estabelecimentos por meio dos estrangeirismos, também se promovesse como um bem qualquer. Bem este que é propagado nas mais diversas formas no comércio, como em camisetas com escritas, muitas vezes incompreendidas mas vendidas; como em letreiros dos estabelecimentos comerciais, ou como nos casos dos “Drive Thru” de tantos *Mcdonalds* ou outros *Fast Food* do gênero; A publicidade, nesse contexto, faz um uso constante de palavras em inglês em suas jogadas de *marketing* anúncios e estratégias de propaganda na criação de *slogans* que como por imposição, são incorporados no cotidiano do cidadão que lê, não compreende, mas tudo bem: *é chique; é bonito, é estrangeiro enfim*. Essa estratégia agrada de tal forma, que as construções estrangeiras são simplesmente absorvidas no cotidiano do telespectador, leitor e/ou consumidor, como nos casos da Nike (*Just do it*); ou do *Itaú Homebank*; *Araújo Drugstore* e seus *deliveries*, etc.

Segundo Paiva (1991), o inglês exageradamente exposto pelas ruas das grandes cidades do país, como Belo Horizonte ou qualquer outra, revela-se como um dialeto comercial próprio do povo brasileiro. O caso genitivo é então, um exemplo do exagero pois, segundo a autora, virou índice de bar e lanchonete, uma vez que é aí que se dá uma maior ocorrência de ‘S, ainda que esse uso não obedeça às regras da gramática inglesa. Vale então destacar a febre dos bares e estabelecimentos da cidade, que passaram a se chamar *Alemão’s bar*, *Deca’s Sanduíche*, *Bonitos’ Cabeleireiro*, *Baby e Kid’s*, etc. Mas o comércio não se limita, no entanto, ao uso do caso genitivo, revelando-se desta forma, como um relevante veículo de importação lingüística. De acordo com Paiva (op. cit.) o uso de todos esses signos, ainda que decodificados, tem duas funções principais, a saber: a primeira refere-se à necessidade do produtor da mensagem de selecionar o receptor/leitor/consumidor; já a segunda, concerne ao desejo de associar o produto a uma sociedade mais desenvolvida, os Estados Unidos, por exemplo.

Proponho a seguir, a exposição de ocorrência dos estrangeirismos nos nomes e letreiros de estabelecimentos comerciais de dois bairros da cidade de Belo Horizonte².

O objetivo é explicitar como se dá a relação comercial dos estrangeirismos frente à língua e/ou ao idioma nacional. Analisemos então esses exemplos a partir das duas vertentes apresentadas por Paiva (1991) acima identificadas.

3. A língua em uma relação comercial: A Análise de Algumas Ocorrências na Cidade de Belo Horizonte

Fato irrefutável que o “estrangeirismo”, principalmente o anglicanismo, está em todas as partes: lojas, alimentação, esportes, comunicação, tecnologia, letreiros... mas em seu uso, poderiam ser apontadas diferentes ocorrências de acordo com a região em que são expostas? Vejamos os seguintes quadros³ e exploremos um pouco mais a língua e sua relação com o comércio:



Quadro 1.



Quadro 2.

O comércio e seus anseios de promoção por meio do estrangeirismo reproduz uma ideologia dominante na tentativa de associar seus produtos a essa ideologia, logo,

obter mais prestígio e credibilidade. Por isso, o estrangeirismo é tão facilmente encontrado por todas as partes da cidade. Contudo, ele pode se apresentar de forma diferente de acordo com a região em que ele é utilizado. Observemos então, as ocorrências do quadro 1 contendo fotografias de estabelecimentos da periferia de BH e do quadro 2, que apresenta fotografias de estabelecimentos de um bairro nobre dessa mesma cidade.

Analisando o quadro 1, nota-se que a ocorrência dominante – a única na verdade – refere-se ao emprego de estrangeirismos provenientes da língua inglesa. Este revela então, um uso sem muito (ou nenhum) critério normativo da língua inglesa. *Carlinhos Motors*, por exemplo, sugere a intenção de se fazer referência ao caso genitivo do inglês ‘S para expressar posse (*Carlinhos*’), ou seja, indicando que algo, no caso motor/carro/maquina é do *Carlinhos*. O que aparece, no entanto, é o som “Carlinhos” e a alusão à formação gramatical estrangeira, sem falarmos é claro, do próprio estrangeirismo, *motors*. No letreiro *Baby & Kid’s*, ambas palavras são substantivos comuns da língua inglesa mas não é possível afirmar que pretendiam elaborar o letreiro na forma plural do substantivo *Kid* ou se era mesmo, uma outra ocorrência do caso genitivo ‘S “mal” elaborada.

Resgatando as duas funções principais do uso do estrangeirismo no comércio apresentadas por Paiva (1991), temos o seguinte:

1. a necessidade de se selecionar o leitor/consumidor;
2. o desejo de associar o produto a uma sociedade mais desenvolvida

Desta forma, analisando o quadro 1. podemos dizer que existe, por parte dos produtores de tais ocorrências, apenas uma intenção de se copiar uma forma já vista ou imaginada, objetivando unicamente associar seus produtos/estabelecimentos a uma sociedade economicamente mais favorecida. Concomitantemente, as ocorrências apontam para uma tentativa de associação aos valores progressistas de consumo, avanço tecnológico e poder vigoroso dessa mesma sociedade “doadora”, que doa, da mesma forma, a ilusão de que tal associação é de fato possível.

O quadro 2. por outro lado, apesar corroborar a idéia dos estrangeirismos em sua relação comercial com a língua, sugere um emprego outro nessa relação. Primeiramente, não são adotados exclusivamente estrangeirismos provenientes da língua inglesa. Há ocorrências em italiano e francês quase que na mesma proporção. Todas as formas de estrangeirismos apresentam-se dentro de um elaborado critério normativo e até mesmo cultural da língua cujos estrangeirismos emergem. Tal afirmativa procede ao observarmos o uso de mais de uma forma semiótica: palavras e imagens. Há uma associação das palavras às imagens, o que acontece em *Occhio Bello*, do italiano, belo olho representado pela imagem de um olho grande, aberto, belo. *Plug, Lanhouse*, com o focinho de um porco fazendo alusão à tomada (*plug*) e *Sabah cuisine du Liban*, sendo que esta última associação ainda aponta para o conhecimento, por parte de seus produtores da relação histórico-cultural entre o a França e Líbano⁴. Desta forma, as imagens trabalham juntamente com as palavras, na decodificação da mensagem transmitida, bem como dos produtos e/ou estabelecimentos a serem anunciados.

O quadro 2 refere-se então, à função 1 (Paiva, 1991). Logo, podemos afirmar que os produtores de tais mensagens ambicionam em suas escolhas, selecionar seu leitor, consumidor, sem no entanto, descartar completamente o papel de tal função 1 para o emprego dos estrangeirismos no comércio. Sendo essas ocorrências coletadas em

um Bairro cujos moradores possuem um alto poder aquisitivo, podemos concluir que por isso tanto os comerciantes quanto os consumidores da região são muito mais criteriosos e em suas escolhas, produções e consumo, o que certamente, resulta em um emprego mais “consciente” seja no léxico, seja na “adoção” estrangeira como um todo mas ao mesmo tempo, delimita o perfil sócio-econômico dos consumidores em potencial. Garcez e Zilles (2002) afirmam o seguinte:

Em uma sociedade como a brasileira, na qual é imensa a disparidade na capacidade de consumo dos cidadãos e na qual a classe social consumidora sofre de grande insegurança social e se mira em modelo externo de consumo, norte-americano ou europeu, não surpreende que o anglicismo se preste para marcar a diferenciação competitiva entre quem dispõe desse capital simbólico e a massa não-consumidora. (p. 23)

Diante do quadro 2 e da discussão travada até aqui, o excerto acima esclarece ainda mais a relação comercial entre língua, estrangeirismos e os cidadãos consumidores inseridos neste contexto. Os autores contudo, vão além nos permitindo um retorno ao quadro 1, o que deixa ainda mais evidente a diferença encontrada entre esta ocorrência e a outra (quadro 2). Garcez e Zilles prosseguem:

Temos aí mais do que preconceito. A força desse desejo parece irrefreável. Dele resultam muitos empréstimos, desnecessários na sua maioria, de gosto duvidoso quase sempre (e gosto lingüístico se discute, é claro). (op. cit.:23)

O desejo de parecer mais *evoluído*, mais atraente, logo, mais comercial contribui para a proliferação dessas ocorrências que, muitas vezes, revelam-se desnecessárias. A ausência de critérios mais claros revelados geralmente, na (re)produção dos estrangeirismos no comércio, acaba por revelar também, a ausência do senso crítico para se avaliar se há de fato, a necessidade de assumir tais escolhas. Deste modo, as ocorrências acima identificadas e brevemente discutidas representam apenas, um exemplo dos estrangeirismos no cotidiano e na língua do povo brasileiro e ao mesmo tempo, do estrangeirismo que explode nas ruas das cidades delimitando uma relação comercial com e na língua falada no Brasil.

4. Iniciativas Puristas e a (I)Mobilidade da Língua: Palavras Finais

Sem distinção de classe, sexo ou idade, o *estrangeirismo* alcança lugar de privilégio dentro do uso da língua portuguesa e se consolida nas relações comerciais, o que constituiria um abuso e ofenderia a “identidade nacional”. Verdade?

Segundo Bagno (2002), a constituição de uma identidade nacional foi verdadeiramente interrompida por meio da proibição do uso da *língua geral*⁵. Esse fato, prossegue o autor, neutralizou as ligações do povo brasileiro com seus ancestrais indígenas, logo, com sua terra, fazendo com que buscasse desde sempre, uma identificação com o estranho, com algo de fora.

Mas os puristas, defensores de uma língua nacional, não concordam com isso e visam, a todo preço, expurgar tais “anomalias” injetadas na língua, e portanto, na cultura de um povo. Seria então possível a uma nação conservar sua língua livre de toda e qualquer influência estrangeira? Yaguello (2001) denomina o ensejo dos puristas em defender uma língua imutável e pura diante da constante mudança que cerca a sociedade, de atitude irracional e irrealista. Irracional porque, o purista nega a mudança e a variação “involuntária” e irrealista porque apesar de todo e qualquer esforço feito em

defesa da imobilidade da língua, ninguém jamais deteve ou deterá sua mudança e movimento, desde que ela seja falada.

O (ab)uso dos termos, palavras e/ou expressões de outras línguas no idioma nacional falado no Brasil é, como não podia ser diferente, uma questão polêmica e seriamente defendida pelos radicais de todos os tempos. O Projeto de Lei nº 1676/99, proposto pelo deputado Aldo Rebelo, do PC do B, por exemplo, restringe o uso de palavras estrangeiras e obriga o uso da língua portuguesa por brasileiros natos e naturalizados e pelos estrangeiros residentes no Brasil há mais de um ano. O projeto rege o ensino e a aprendizagem; o trabalho; as relações jurídicas; a expressão oral, escrita audiovisual e eletrônica oficial; os eventos públicos nacionais; os meios de comunicação de massa; e a publicidade de bens, produtos e serviços. No texto intitulado, "Culta, Bela e Ultrajada: um projeto em defesa da língua portuguesa", Aldo Rebelo afirma que a proposta "trata com generosidade as exceções, e ainda abre à regulamentação a possibilidade de novas situações excepcionais". Ora, de acordo com as próprias palavras do deputado, haveria então a cisão de dois grupos distintos agindo no idioma nacional: um representaria o estrangeirismo condenável – o não excepcional – aquele que suja contaminando e empobrecendo a “cultura e bela língua portuguesa”; o outro porém, representaria o estrangeirismo aceitável – excepcional – aquele necessário, que, de alguma forma enriqueceria a língua falada no Brasil. Mas como se faria tal distinção? Essa resposta contudo, o deputado não nos oferece mas tenta mostrar, a sua intenção de "conscientizar a nação de que é preciso agir em prol da língua pátria", resistindo, denunciando, defendendo enfim, a identidade e cultura do Brasil, logo, de seu povo. O projeto, representa então uma mais uma das tantas políticas lingüísticas que surgem na história de um povo no intuito de regular, segundo Guimarães e Orlandi (2001), o que falamos, qual o modo de acesso à língua (ensino, produção dos instrumentos lingüísticos, leitura de publicações, etc). Bagno (2002) contudo, afirma o seguinte em relação às políticas lingüísticas brasileiras:

é triste verificar que, no Brasil, todas as iniciativas de política lingüística sempre foram marcadas pela desconsideração das reais necessidades do povo, quando não pelo autoritarismo nu e cru: entre nós, política lingüística sempre foi equivalente de repressão lingüística. (p. 54)

Os puristas e suas iniciativas visam então, por meio de suas discussões e/ou políticas lingüísticas “defender” o idioma nacional. Nesse contexto, todo empréstimo e influência seriam então condenáveis? Ora, ao afirmar que é necessário acabar o uso *abusivo* e *desnecessário* dos estrangeirismos podemos inferir que existe, em última instância, um uso salutar e necessário, oriundo do fato de que nenhuma nação vive isolada e afastada completamente do restante do mundo. Além do mais, a existência de palavras estrangeiras sempre contribui no enriquecimento de qualquer idioma que as adote (Schmitz, 2002). As transformações fazem, então, parte do curso natural da língua. O projeto e outras tentativas puristas na luta por uma língua “pura”, pode até proibir que o comércio e a própria mídia adotem essas expressões, mas as pessoas vão continuar usando-as e quem muda e governa a língua são os seus falantes. Querer legislar tal fenômeno, além de inútil é autoritário, pois visa interferir naquilo que a pessoa *é*, afirma Bagno (2002) que ainda completa: “É querer transformar em crime o que a pessoa *é* e o que ela *pensa*”. (p. 56) Podemos então, completar essa idéia citando Dias (1996):

A relação entre o que somos e a língua que falamos vai sendo moldada nas formas silenciosas de pensarmos o sentido da própria nação. (p. 197)

O uso diário da língua e a juventude de seu povo; a globalização e a tecnologia emergente em todos os dias; a necessidade de compartilhar progressos políticos, econômicos, sociais ou científicos; a necessidade, ainda maior, de solucionar problemas políticos, econômicos, sociais; o seu constante uso, enfim. A variação, segundo Fiorin (2002) é inerente às línguas, porque as sociedades são divididas em grupos, como por idade, ou por região, ou por profissão, classe social, etc. Todos esses elementos, proporcionam o movimento da língua ao redor de seus falantes, destruindo assim, a ilusão de que seja possível conservar uma língua imutável, pura, protegida por todo o sempre. Que o excesso seja então evitado, mas dentro de uma conscientização política e educacional de base com “ações concretas para promoção do idioma, para a melhoria do ensino do português, para a difusão do português no mundo” (Fiorin, 2002:125). Diria ainda, que por meio do ensino e discussões deve-se oferecer ao indivíduo, desde cedo, elementos que o possibilite julgar criticamente se um dado estrangeirismo representa uma necessidade social/lingüística ou simplesmente uma imposição descabida e desnecessária.

Por fim, diria que inteligente é deixar a língua seguir seu curso, seu percurso natural. Inteligente é deixar a língua fazer sua história... ser utilizada: na mídia, nas ruas, no comércio. Inteligente é deixar a língua ser relacionada; ser discutida, fazer discussões nas escolas, universidades; ser falada e ser influenciada sim. Lembrando, que desde que o mundo é mundo, não se teve um relato de uma experiência que tenha sido suficientemente eficaz no controle e na proteção de uma língua de forma a garantir sua eterna pureza – aliás, foi ela algum dia pura? Bem, o melhor então, seria deixar a língua em paz (Rajagopalan, 2003c), uma vez que sua relação com nação e mundo, a faz, de certa forma, inerente a outras, quer seja na inter-relação com a nação e com o mundo, quer seja numa inter-relação comercial.

Concluindo, faço das palavras, de Rajagopalan (op. cit.:100) as minhas próprias palavras afirmando que “mexer com o destino das línguas revelar-se-ia tão perigoso quanto trabalhar com engenharia genética – brincar de Deus, o Todo-Poderoso, uma vez que nunca se sabe como tudo vai terminar ou que surpresas desagradáveis nos esperam”. Deixemos, então, que a língua caminhe com seu povo que fala, falando-a.

² Trata-se de fotografias de algumas das ocorrências encontradas no comércio em dois pontos da capital de Belo Horizonte/MG: Burity, um dos bairros mais nobres da cidade cujos moradores possuem alto poder aquisitivo e Alípio de Melo, bairro periférico de classe média baixa.

³ Estes se referem ao recorte de algumas fotografias de letreiros de lojas em BH agrupadas em duas montagens para facilitar a discussão e o aproveitamento do espaço.

⁴ Colonização do Líbano pela França e todas as implicações disso para a língua e a cultura de tal país. Ver: <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/mundo/2004/12/14/000.htm>

⁵ Ou nheengatu: língua falada pela grande maioria da população da colônia e proibida de uso e ensino por meio da repressão lingüística denominada “Diretório dos Índios” do Marquês de Pombal em 1757, o qual instituía o português como única língua do Brasil.

5. Referências

BAGNO, Marcos. Cassandra, Fênix e outros mitos. In: FARACO (org.) *Estrangeirismos guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola, 2002. 2ª ed. p.49-83.

-
- BARONAS, Roberto. A Língua Nas Malhas Do Poder. In Gregolin, M. do R. (Org.) *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. Coleção Olhares oblíquos. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 83-92.
- BRÉAL, M. *Ensaio de Semântica*. Trad. Brás. São Paulo: Pontes/Educ. 1992.
- DIAS, Luiz Francisco. *Os Sentidos do Idioma Nacional – As Bases Enunciativas do Nacionalismo Lingüístico no Brasil*. Campinas: Pontes, 1996.
- FIORIN, José Luiz. Considerações Em Torno Do Projeto De Lei Nº 1676/99. In FARACO (org.) *Estrangeirismos guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola, 2002. 2ª ed. p. 107-125.
- GARCEZ, Pedro M, ZILLES, Ana Maria S. Estrangeirismos Desejos e Ameaças. In FARACO (org.) *Estrangeirismos guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola, 2002. 2ª ed. p. 15-47
- GUIMARÃES, Eduardo, ORLANDI, Eni P. Formação de um Espaço de Produção Lingüística: A Gramática no Brasil. In ORLANDI, Eni P. (org.) *Histórias da Idéias Linguísticas Construção do Saber metalingüístico e Constituição da Língua Nacional*. Mato Grosso: Cárceres. 2001. p. 21-38
- PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira e. *A língua inglesa enquanto signo na cultura brasileira*. Rio de Janeiro: UFRJ/FALE, 1991. p. 394
- RAJAGOPALAN, Kanavillil. Língua estrangeira e auto-estima. In: RAJAGOPALAN, Kanavillil. *Por uma lingüística crítica: linguagem, identidade e a questão ética* – São Paulo: Parábola Editorial, 2003a. p. 65-70.
- _____. A identidade lingüística em um mundo globalizado. In: RAJAGOPALAN, Kanavillil. *Por uma lingüística crítica: linguagem, identidade e a questão ética* – São Paulo: Parábola Editorial, 2003b. p. 57-63.
- _____. A polêmica sobre os “estrangeirismos” e o papel dos lingüistas no Brasil. In: RAJAGOPALAN, Kanavillil. *Por uma lingüística crítica: linguagem, identidade e a questão ética* – São Paulo: Parábola Editorial, 2003c. p. 99-104.
- SCHMITZ, John Robert. O projeto de Lei Nº 1676/99 na Imprensa de São Paulo. In: FARACO (org.) *Estrangeirismos guerras em torno da língua*. São Paulo: Parábola, 2002. 2ª ed. p. 85-106.
- YAGUELLO, Marina. Não Mexe com a minha língua! In Bagno (org.) *A norma lingüística*. São Paulo: Loyola, 2001.
- <http://www.unicamp.br/iel/docentes/John/lingport.html> acesso em 26/07/2005
- <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/mundo/2004/12/14/000.htm> acesso em 10/08/2005