

unesp  **UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
Faculdade de Ciências e Letras
Campus de Araraquara - SP

ALEXANDRE BUENO SANTA MARIA

**ANGLICISMOS NA ADMINISTRAÇÃO DE
EMPRESAS – REFLEXÕES COGNITIVISTAS
SOBRE MOTIVAÇÕES DE USO**

ARARAQUARA – S.P.
2017

ALEXANDRE BUENO SANTA MARIA

**ANGLICISMOS NA ADMINISTRAÇÃO DE
EMPRESAS – REFLEXÕES COGNITIVISTAS
SOBRE MOTIVAÇÕES DE USO**

Dissertação de Mestrado apresentada Programa Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre. Exemplar apresentado para defesa.

Linha de pesquisa: Análise Fonológica, Morfossintática, Semântica e Pragmática

Orientador: Prof. Dr. Antônio Suárez Abreu

ARARAQUARA – S.P.
2017

Santa Maria, Alexandre Bueno
Anglicismos na administração de empresas: reflexões
cognitivistas sobre motivações de uso / Alexandre Bueno
Santa Maria. – Araraquara – 2017
109 f : il. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Linguística e Língua
Portuguesa) - Faculdade de Filosofia e Ciências –
Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2017.
Orientador: Antônio Suárez Abreu

1 Linguística cognitiva. 2. Anglicismos. 3. Atratores estranhos.
I. Autor II. Título.

ALEXANDRE BUENO SANTA MARIA

ANGLICISMOS NA ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS – REFLEXÕES COGNITIVISTAS SOBRE MOTIVAÇÕES DE USO

Dissertação de Mestrado apresentada Programa Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre. Exemplar apresentado para exame de qualificação.

Linha de pesquisa: Análise Fonológica,
Morfossintática, Semântica e Pragmática
Orientador: Prof. Dr. Antônio Suárez Abreu

Data da defesa: 25/08/2017

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Presidente e Orientador: Prof. Dr. Antônio Suárez Abreu
UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE
MESQUITA FILHO” - Faculdade de Ciências e Letras Campus de Araraquara - SP

Membro Titular: Profa. Dra. Ana Carolina Criscuolo Esperança
UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE
MESQUITA FILHO” - Faculdade de Ciências e Letras Campus de Araraquara – SP

Membro Titular: Profa. Dra. Beatriz Quirino Arruda Doná
UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA
FILHO” - Faculdade de Ciências e Letras Campus de Araraquara – SP

Local: Universidade Estadual Paulista
Faculdade de Ciências e Letras
UNESP – Campus de Araraquara

Àqueles que, apesar de todas as adversidades, sempre acreditaram que eu seria capaz de atingir meus objetivos.

AGRADECIMENTOS

A Deus.

À FCLAr da UNESP, seus funcionários e professores, pelo suporte acadêmico.

Ao Prof. Dr. Antônio Suárez Abreu, o Tom, pela orientação e dedicação.

À minha esposa e fiel companheira, Mariana Moreira Nunes Santa Maria, pela infinita paciência e pelo apoio incondicional durante a execução deste trabalho.

Ao meu filho, Miguel Nunes Santa Maria, que, durante a escrita deste trabalho, nasceu e encheu de alegria a minha vida.

Ao meu pai, Nilson Santa Maria Júnior, por todas as palavras de carinho e apoio em todos os momentos difíceis pelos quais passei durante a escrita desta dissertação.

À minha mãe, Silvia Bueno da Silva, por todo amor e carinho dedicados continuamente a mim.

Aos meus irmãos, Rodrigo Bueno Santa Maria e Fernanda Bueno Santa Maria, que como grandes amigos e companheiros, me acompanharam durante esta longa jornada.

À amiga, Profa. Dra. Rosana Ferrareto Lourenço Rodrigues, por compartilhar comigo seu amor pela Linguística e pela produção acadêmica e por colocar em minha vida o Tom.

“Há poucos decénios (sic.) para cá, e em crescendo confrangedor que não dá mostras de declinar, a invasão de anglicismos, vindos quer da Inglaterra quer da América do Norte, tomou proporções descaroáveis, proporções tais que nem se prevê aonde vai parar a desvergonha dos portugueses.”

F. J. Martins Sequeira (1954, p.97)

RESUMO

O presente trabalho estuda o uso de anglicismos no domínio discursivo da Administração de Empresas. A investigação conduzida tem seu foco no fato de que alguns termos em inglês têm traduções consolidadas e bem aceitas pelos falantes brasileiros, e outros, simplesmente, são utilizados em sua forma nativa, com ortografia, sentido e, muitas vezes, pronúncia originais. A escolha do tema foi motivada pela experiência do autor como discente no curso de MBA em Gestão Empresarial. Nesse contexto, tanto nas interações em sala de aula com professores e colegas, quanto em contato com a bibliografia da área, constatou-se que há grande influência da cultura norte-americana nas práticas gerenciais atuais e, conseqüentemente, da língua inglesa na literatura correlata. Ademais, em levantamento bibliográfico acerca do tema desta dissertação, foram encontrados artigos de periódicos, dissertações de mestrado e teses de doutorado, na área da Linguística, que contemplavam os domínios discursivos de Jornalismo, Informática e Economia, entre outros, mas foi constatada a uma lacuna no que se refere à Administração de Empresas. O arcabouço teórico que sustenta este trabalho está fundamentado na visão cognitivista de língua, que a entende como um sistema simbólico que serve à interação humana e a considera um sistema adaptativo complexo. Nesta dissertação apresentamos reflexões sobre o uso de dez anglicismos no contexto da Administração. As análises, de maneira geral, endossam a teoria de que essas palavras se fizeram presentes no português para suprir necessidades comunicativas interacionais de seus falantes. Na perspectiva de língua como sistema adaptativo complexo, percebemos que os atratores economia e sentido servem de agente motivador de uso de todos os itens estudados. Em decorrência desses atratores, há benefícios no fator ergonomia, já que os anglicismos tornam a comunicação mais fluida e amigável, à medida que limpam do texto explicações excessivas e elementos como remissões ou notas de rodapé. Outro ponto marcante destas reflexões foi a observação do fato de que, nesse domínio, na maioria das vezes, os anglicismos chegam ao português pela classe dos substantivos, e costumam denominar processos. Desse modo, o esquema de imagem de CONTÊINER (CONTAINER), se mostrou muito produtivo em vários casos. Este estudo encontrou legitimação linguística para não apenas para o uso de anglicismos, mas de empréstimos e estrangeirismos de qualquer origem, não apenas no domínio da Administração, mas no português como um todo. Apesar de existirem, em alguns momentos, razões culturais e ideológicas para a escolha de palavras, este trabalho trouxe como contribuição a constatação de que, no uso real da língua, o falante busca, acima de outras coisas, assegurar a informatividade de seus enunciados, e para isso, recorre, quando necessário, a empréstimos e estrangeirismos.

Palavras – chave: Linguística cognitiva. Administração. Anglicismos. Atratores estranhos. Esquemas de imagem.

ABSTRACT

This dissertation studies the use of anglicisms (English loanwords used in texts written in Portuguese) in the discursive field of Business Administration. This research focuses on the fact that some English terms have translations that are well accepted by Brazilian speakers, and others are simply used in their native forms. The choice of subject was motivated by the author's experience as an MBA student. In this context, both in classroom interactions with professors and peers, as well as in the literature of the area, it was found that there is great influence of American culture on current management practices and hence the English language. In addition, in the literature concerning the theme of this dissertation, we have found journal articles, dissertations and doctoral theses in the field of linguistics, which contemplated the discursive fields of journalism, computer science and economics, among others, but there was a gap in regard to Business Administration. The theoretical framework that supports this work is based on the cognitive view of language. It approaches language as a symbolic system that underpins human interactions and considers it a complex adaptive system. In this research, we present reflections on the use of ten anglicisms in the context of management. The analysis, in general, endorses the theory that these words were used in Portuguese to meet interactional communicative needs of its speakers. From the perspective of language as a complex adaptive system, we realize that the attractors economy and meaning serve as motivators to use all studied items. As a result of these attractors, there are benefits in text ergonomics, since the anglicisms make communication more fluid and reader-friendly, once they make excessive explanations and text elements as references or footnotes unnecessary. Another remarkable point of these reflections was the observation of the fact that, in this area, most of the time, the anglicisms play the role of nouns, and often refer to management processes. Thus, the image schema of CONTAINER proved to be very productive in several cases. This study found linguistic legitimacy not only for the use of anglicisms, but loanwords from any other language, not just in the field of Business Administration, but in the Portuguese language as a whole. Although there are, at times, cultural and ideological reasons for the choice of words, this work brought as a contribution the realization that, in actual use of the language, speakers seek, above other things, to ensure the informativeness of statements, and for that reason, they resort to loanwords when necessary.

Keywords: Cognitive linguistics. Business administration. Anglicisms. Strange attractors. Image schemes.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Real brasão de armas do Reino Unido.....	22
Figura 2 - Brasão da Ordem da Jarreteira.....	22
Figura 3 - Exemplo de uso do lexema 'sale'	26
Figura 4 - Representação gráfica do ciclo PDCA	37
Figura 5 - Categorização: eixos vertical e horizontal (ABREU, 2010).....	47
Figura 6 – Esquemas de imagem hierarquizados (ABREU, 2010).....	57
Figura 7 - Lei da segregação ou simetria.....	62
Figura 8 - Representação de blend	63
Figura 9 - Ranking de municípios brasileiros por IDH.	77

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IDH	Índice de Desenvolvimento Urbano
MBA	<i>Master of Business Administration</i>
HBR	Harvard Business Review
HSM	HSM Management

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1. EMPRÉSTIMOS OU ESTRANGEIRISMOS?	19
1.2 Em defesa da língua: movimentos protecionistas.....	24
1.3 Do estrangeirismo ao empréstimo: processo de integração.....	27
2. INÍCIO, DESENVOLVIMENTO E CONSOLIDAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO COMO ÁREA DO CONHECIMENTO.....	31
2.1 O ensino da Administração no Brasil	32
2.2 Panorama da literatura especializada em Administração no Brasil.....	33
2.3 Anglicismos na literatura de Administração	34
3. LINGUÍSTICA COGNITIVA.....	40
3.1 O enfoque cognitivista no estudo da língua.....	42
3.2 Funções simbólica e interativa da linguagem.....	43
3.3 Princípios da categorização	46
3.4 Teoria dos protótipos	48
3.5 Categorização e cultura	50
3.6 Linguagem corporificada e esquemas de imagem.....	52
3.7 Frames	57
3.8 Scripts	59
3.9 Metáfora.....	60
3.10 A psicologia da Gestalt.....	61
3.11 Complexidade	64
3.12 <i>Blending</i> : operações de integração	66
3.13 Metáforas primárias	67
3.14 Metonímia.....	69
3.15 Teoria dos espaços mentais	74
3.16 Construção de espaços mentais	78
4. REFLEXÕES SOBRE AS MOTIVAÇÕES PARA USO DE ANGLICISMOS NA ADMINISTRAÇÃO	83
4.1 Anglicismos, definições e reflexões sobre seu uso.....	85
4.1.2 Budget.....	87
4.1.3 CEO (Chief Executive Officer)	89
4.1.4 Deadline.....	90
4.1.5 Insight	92
4.1.6 Just-in-time (just in time)	94

4.1.7	Layout.....	96
4.1.8	Marketing.....	98
4.1.9	Recall.....	99
4.1.10	Tradeoff.....	101
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	103
	REFERÊNCIAS.....	106

INTRODUÇÃO

O Brasil é um país de proporções geográficas continentais. Seus mais de 207 milhões de habitantes apresentam diversidades de cunho étnico, social, econômico e cultural tão expressivas que é possível afirmar, com elevado grau de segurança, que a língua portuguesa constitui um importante elemento de ligação entre as pessoas. É pelo português que nos identificamos como brasileiros e brasileiras, que interagimos uns com os outros, que publicamos leis, decretos e documentos oficiais, que realizamos atos civis como casamentos, divórcios, compras e vendas e que, acima de tudo, nos mantemos unidos, como membros da mesma nação, apesar de todas as diferenças. Dada a imensidão desse país, é perfeitamente plausível que um cidadão comum viva uma vida plena, dentro de suas fronteiras, sem jamais interagir com um estrangeiro ou precisar pronunciar uma palavra em outro idioma. Essa realidade se reflete, por exemplo, nas estimativas sobre o número de pessoas fluentes em inglês veiculadas na mídia de massa nacional. Apesar de não haver dados oficiais, estima-se que apenas 5 por cento da população sejam fluentes no idioma anglo-saxão. Com o advento da internet, da universalização da produção acadêmica e, conseqüentemente, da divulgação científica, em contextos acadêmicos e profissionais, a influência dessa língua tem se tornado cada vez maior.

Considerando esse cenário, esta pesquisa estuda uso de palavras de origem inglesa no domínio discursivo da Administração de Empresas. A investigação é motivada pelo fato de que alguns termos em inglês têm equivalentes consolidados e bem aceitos pelos falantes brasileiros, ao passo que outros são, mais comumente, utilizados em inglês. A intenção deste estudo é construir reflexões acerca dos aspectos cognitivos e funcionais que evidenciem motivações linguísticas para o uso legítimo desses elementos, em detrimento de modismos, exotismos ou razões de ordem ideológica.

A escolha desse tema foi estimulada pela experiência do autor como discente no curso de *MBA em Gestão Empresarial da Fundação Getulio Vargas*, entre os anos de 2012 e 2013. A razão para o ingresso nesse curso foi o plano de abertura de uma escola de idiomas, o que demandaria conhecimento sólido na área de Administração. Naquela ocasião, tanto em interações com professores e colegas, em sala de aula, quanto em contato com a bibliografia da área, verificou-se grande influência da cultura norte-americana nas práticas gerenciais e,

consequentemente, da língua inglesa. O uso de palavras em inglês por essas pessoas era tão recorrente que marcou, de forma incisiva, a passagem do autor por aquele curso. Como observador atento de fatos linguísticos em tempo real, foi impossível deixar essa experiência se perder no esquecimento, especialmente, porque são raros os linguistas que se enveredam pelos caminhos tortuosos da Administração.

Este trabalho se destina a estudiosos e amantes de Linguística, Língua Portuguesa e Administração de Empresas. A relevância deste tema a essas áreas se pauta no fato de que, no dia-a-dia da Administração, os conceitos acessados por essas unidades lexicais se relacionam, na maioria dos casos, a processos inerentes ao fazer administrativo. Para o profissional experiente, seja ele fluente em inglês ou não, os termos nessa língua constituem parte trivial e indissociável de sua rotina de trabalho. Contudo, para o estudante de Administração e para trabalhadores sem formação acadêmica, o uso desse tipo de vocabulário pode representar um obstáculo à comunicação. Em termos práticos, esta investigação contribui com a Linguística ao esclarecer aspectos cognitivos que motivam e guiam o uso dos anglicismos. Administração, por sua vez, se beneficia pela validação linguística do uso desse tipo de vocabulário em seu domínio discursivo, uma vez que, apesar de comum, esse recurso é, muitas vezes, criticado e classificado como elemento meramente ornamental e de marcação de alinhamento ideológico com os valores capitalistas e neoliberais dos Estados Unidos.

Empréstimos¹ e estrangeirismos² são marcas de interações socioculturais entre habitantes de diferentes países. Linguisticamente, eles são importantes porque representam uma espécie de neologismo que satisfaz o falante ao expressar, com palavras de outra língua, conceitos que ainda não fazem parte do léxico de seu idioma. Ademais, os anglicismos³ no domínio da Administração são caros à Linguística pois destacam um importante aspecto funcional: todas as áreas do conhecimento e profissões possuem terminologia ou jargões próprios. Na Administração, não é diferente. Contudo, o uso de palavras em inglês transpõe os limites dos jargões e da terminologia específica. Um exemplo é a palavra *layout* (ou *leiaute*, com adaptação ortográfica e fonológica ao português), usada no contexto administrativo para se referir à disposição de móveis e/ou maquinário em um espaço físico dentro de uma empresa. Esse mesmo termo ultrapassa as fronteiras da Administração quando é usado no domínio das Artes Visuais para se referir à organização e à apresentação dos elementos gráficos de uma

¹ Palavras de origem estrangeira adaptadas ao léxico da língua alvo.

² Palavras estrangeiras utilizadas na língua alvo em sua forma original.

³ Empréstimos e estrangeirismos de origem inglesa.

produção visual, como uma logomarca ou uma página de revista, por exemplo. Embora as bases semântica e cognitiva de *layout* sejam as mesmas em ambos os contextos (evocam organização de elementos e apresentam-se de acordo com o esquema de imagem de CONTÊINER), é possível verificar diferenças sensíveis em sua aplicabilidade, numa espécie de projeção que ocorre entre os domínios (Administração: elementos concretos em espaço físico concreto; Artes Visuais: elementos imagéticos em espaço abstrato).

Além disso, em levantamento bibliográfico acerca do tema desta dissertação, foram encontrados artigos de periódicos, dissertações de mestrado e teses de doutorado, na área da Linguística, que contemplam os domínios discursivos de Jornalismo, Informática e Economia. Entretanto, foi constatada uma lacuna no que se refere à Administração, o que enseja esta investigação científica.

O arcabouço teórico que sustenta este trabalho está fundamentado na visão cognitivista de língua. Essa visão nos oferece um vasto repositório de recursos de análise para compor as reflexões aqui propostas. Segundo Abreu (2010),

Dentro de uma visão moderna, superando antigas divisões, a cognição humana engloba a linguagem, a memória, o raciocínio lógico, as emoções e a motivação. Abrange, pois, nossa capacidade de processar informações e de reagir a tudo o que percebemos no mundo e dentro de nós mesmos⁴.

Em consequência dessa visão, o princípio básico da linguística cognitiva, institucionalizada principalmente a partir dos anos 90, é o de que a linguagem não é uma faculdade autônoma em relação às outras faculdades humanas como a visão, a audição, a memória, a capacidade de pensar e de se emocionar. Por sua capacidade simbólica, a linguagem representa um dos mais importantes fatores que diferenciam o homem dos outros animais. (ABREU, 2010, p.9)

Desse modo, este trabalho se ocupa de analisar aspectos linguísticos cognitivos que possam agir como motivadores de uso dos termos em inglês no domínio da Administração, deixando em segundo plano aspectos de ordem ideológica e extralinguística.

⁴ Essas ideias fazem parte de uma entrevista concedida pelo neurocientista Cláudio Guimarães dos Santos ao médico Dráuzio Varella. Cf. http://www.drauziovarella.com.br/entrevistas/plasticidade_neuronal2.asp

Esta investigação conduz um estudo sincrônico de língua no domínio discursivo da Administração. Evans e Green (2006, p. 124, tradução nossa⁵) explicam que uma visão sincrônica da língua examina suas propriedades em um ponto especificamente determinado no tempo: a inovação ocorre em um ponto cronologicamente específico. Assim, desenvolvemos as reflexões com base em exemplos de uso corrente, coletados de textos dos *sites* das revistas especializadas em Administração *Harvard Business Review* (HBR) e *HSM Management* (HSM), no decorrer do ano de 2017.

Quanto à organização deste trabalho, temos, nesta introdução, a apresentação das motivações e justificativas que balizaram a o desenvolvimento desta pesquisa, bem como uma visão geral sobre a metodologia empregada neste trabalho e os elementos que compõem cada um de seus capítulos.

O capítulo 1, intitulado *Empréstimos ou estrangeirismos?* se ocupa de apresentar e discutir esses conceitos partindo de um ponto de vista prático, como forma de mudança e evolução das línguas por meio da interação entre grupos sociais de culturas diferentes. Fazemos isso por meio de fundamentos do campo da linguística e de exemplos. Neste capítulo apresentamos também diferentes pontos de vista sobre os empréstimos linguísticos, como, por exemplo, os movimentos puristas, que enxergam os estrangeirismos como ameaças à língua. Abordamos, em seguida, aspectos ligados ao processo de integração das palavras estrangeiras ao léxico da língua alvo.

O capítulo 2, chamado *Início, desenvolvimento e consolidação da Administração como área do conhecimento*, provê ao leitor um panorama sobre a de Administração de Empresas como ciência. Há, neste capítulo, uma sucinta retrospectiva sobre evolução das teorias de administração. O leitor encontra, nesta seção, também, informações sobre o ensino de Administração no Brasil e alguns fatos sobre a literatura especializada em Administração nesse país. Esse capítulo apresenta, também, algumas palavras inglesas comuns nesta área de conhecimento.

O capítulo 3, denominado *Linguística Cognitiva*, traz uma revisão de literatura acerca dessa vertente de estudos linguísticos. São apresentados, nesse capítulo, os principais fundamentos que norteiam a análise de fatos linguísticos sob essa perspectiva, por meio de

⁵No original: “A synchronic view of language examines the properties of language at a specific discrete point in time: innovation occurs at a specific point in time.”

explicações e exemplos, em cada um de seus grandes temas, a saber: princípios da categorização e teoria dos protótipos, linguagem corporificada e esquemas de imagem, *frames*, *scripts*, metáfora, metonímia, *blending*, a teoria dos espaços mentais, iconicidade, e gramática e cognição. Além disso, abordamos o conceito de complexidade e o funcionamento de sistemas adaptativos complexos, assim como suas aplicações em estudos linguísticos. Esses elementos são caros às reflexões apresentadas no capítulo 4.

O capítulo 4, cujo título é *Reflexões sobre as motivações para uso de anglicismos na Administração*, discorre acerca de aspectos culturais envolvidos no uso de anglicismos na atualidade, faz contraste entre as correntes tradicionais e as atuais no tratamento de empréstimos linguísticos e apresenta reflexões sobre motivações para uso de anglicismos, baseadas nas evidências presentes nos exemplos retirados das revistas HBR e HSM. Para isso, apresentamos os termos estrangeiros sob três aspectos: definição, exemplos de uso e reflexões sobre o uso.

As *Considerações finais*, após as reflexões teóricas, sintetizam os principais resultados e destacam as contribuições e perspectivas trazidas pelo trabalho. É nessa parte que são analisados, à luz da Linguística Cognitiva, dez exemplos com anglicismos em uso real, provenientes de *sites* de revistas de Administração.

Finalmente, na parte chamada *Referências*, trazemos listadas, separadamente, as referências teóricas utilizadas na confecção dessa dissertação, organizadas em ordem alfabética. Apesar de a apresentação das referências constituir, para muitos, apenas uma formalidade típica dos textos acadêmicos, consideramos essa seção extremamente importante. As obras citadas representam um rico manancial de conhecimento que pode ser útil a quem deseje se aventurar pelos caminhos da pesquisa em Linguística e Cognição.

Agora que a introdução a este trabalho já está feita, é hora de iniciar nossa jornada em direção ao capítulo 4, rumo às reflexões sobre o uso de anglicismos no domínio discursivo da Administração.

Portanto, caro leitor, coloque, por gentileza, seu acento em posição vertical, aperte os cintos e boa viagem.

1. EMPRÉSTIMOS OU ESTRANGEIRISMOS?

Quando um idioma não apresenta, em seu léxico, um termo que se faz necessário à comunicação e à interação entre falantes, o enunciador se coloca em busca de uma construção linguística que o satisfaça. Assim, um dos caminhos para solução é utilizar um termo emprestado de outra língua e incorporá-lo à sua enunciação. Mattoso Câmara nos provê subsídios mais profundos a respeito desse fenômeno por meio da seguinte afirmação:

O condicionamento social para os empréstimos é o contacto (sic.) entre povos de línguas diferentes, o qual pode ser por coincidência ou contiguidade geográfica, ou a distância, por intercâmbio cultural em sentido lato. A coincidência, ou contigüidade geográfica determina os empréstimos “íntimos” (Bloomfield) e a língua a que é feito o empréstimo constitui um substrato (v.), um superstrato (v.) ou um adstrato (v.). Os empréstimos à distância são culturais (Bloomfield). (CÂMARA, 1977, p.104)

A distinção entre diferentes tipos de empréstimos, apresentada por Mattoso Câmara, nos permite classificar os termos em inglês usados na Administração como culturais, por serem tomados por empréstimo a distância, já que não há contiguidade geográfica entre o Brasil e os Estados Unidos, país fonte das influências mais marcantes dentro dessa área de estudo.

Do ponto de vista metodológico, uma questão que se apresenta quando tratamos do uso de palavras de origens estrangeiras no português se refere à terminologia empregada para designar esses fenômenos no âmbito dos estudos linguísticos. Afinal, o qual é a diferença entre empréstimos e estrangeirismos? E vamos além, com a seguinte pergunta: o que é um anglicismo?

Para responder a essas questões, buscamos contribuições em diversas fontes. Em seu Dicionário de Linguística e Gramática (1977, p. 111), Mattoso Câmara Jr. faz distinção entre estrangeirismos e empréstimos. Ele define estrangeirismos como “os empréstimos vocabulares não integrados na língua nacional, revelando-se estrangeiros nos fonemas, na flexão e até na grafia, ou os vocábulos nacionais empregados com a significação dos vocábulos estrangeiros de forma semelhante”. Na linha teórica de Bloomfield (1933, p. 444, apud Mattoso Câmara), Mattoso Câmara define empréstimo como a “ação de traços linguísticos diversos dos do sistema tradicional”.

Seguindo adiante com a revisão bibliográfica, observamos que o termo xenismo também ocorre na obra de alguns autores como sinônimo de estrangeirismo. Carvalho (CARVALHO, 1989, p. 43-44), explica que xenismo constitui a palavra que guarda a grafia original, mesmo sendo muito usada. O Dicionário de Termos Lingüísticos, edição online, por sua vez, define xenismo como “unidade lexical, proveniente de uma língua estrangeira, que mantém o seu carácter de estrangeirismo, remetendo para um referente de uma comunidade estrangeira e produzindo, por vezes, um efeito de exotismo” (ILTEC, 2016). Apesar de ricas, essas definições se mostraram demasiadamente abstratas para responder às questões aqui propostas, portanto, para satisfazer as necessidades deste trabalho, apresentamos, a seguir, uma contribuição autoral.

Chegamos a um consenso: estrangeirismo e xenismo são sinônimos, e ambos os termos são usados para se referir a palavras de origem estrangeira usadas em português com ortografia e pronúncia características da língua de origem. Neste trabalho optamos, por questões de uniformidade lexical, pelo uso do termo estrangeirismo para denominar fenômenos dessa natureza. São exemplos de estrangeirismos termos como *download*, *shopping center* e *pendrive*, que são usados, em português com escrita e pronúncia inglesas. Da Administração, podemos exemplificar com as palavras *feedback*, *turnover*, *briefing* e *budget*.

No outro extremo do binômio, temos os empréstimos. Estes, por sua vez, se diferenciam dos estrangeirismos por serem palavras de origem estrangeira que sofreram, diacronicamente, processo de acomodação fonológica e/ou ortográfica. Termos desse tipo são numerosos no português, como, por exemplo, as palavras de origem francesa *sutiã* (*soutien*, que significa apoio, suporte), *garçom* (*garçon*, que significa rapaz) e *abajur* (*abat-jour*, que significa luminária de mesa) e os termos de origem inglesa *blecaute* (*blackout*, que significa interrupção noturna no fornecimento de energia elétrica), *bife* (*beef*, carne bovina) e *basquetebol* (*basketball*, esporte cujo objetivo é fazer com que uma bola de couro entre numa cesta). No contexto da Administração, contudo, eles são menos expressivos, mas podemos destacar, como exemplo, a palavra *bônus* (do inglês *bonus*, mas, em português, escrito com acento circunflexo e pronunciado com sotaque brasileiro).

Já que estamos tratando de intercâmbio entre línguas e culturas, é pertinente, mencionar a presença, no português, do que chamamos empréstimos invisíveis. Esse tipo de empréstimo ocorre quando uma palavra estrangeira é traduzida para o português na forma de um correspondente direto, sem preocupação com aspectos funcionais ou culturais relacionados a seu uso. Outra característica marcante desse tipo de empréstimos é que, nos casos mais

prototípicos, o português já dispõe termos que satisfaçam as necessidades comunicativas e interacionais dos falantes, sem necessidade de empréstimos. São exemplos de empréstimos invisíveis as palavras injúria (do inglês *injury*, que significa ferimento), mandatório (do inglês *mandatory*, que significa obrigatório), aplicação (do inglês *application*, com sentido de inscrição em processo seletivo ou administrativo), chutar (uma adaptação ancorada na pronúncia de *shoot*, em inglês atirar, e no, jogo de basquete, arremessar ofensivamente) e as expressões como cachorro-quente (do inglês *hot-dog*) e estado da arte (do inglês *state-of-the-art*). É possível observar, portanto, que apesar de a tradução agir como uma espécie de disfarce do empréstimo em curso, esse tipo de recurso apresenta grande interatividade entre as línguas de origem e alvo, a ponto de passarem despercebidos para a um número substancial dos falantes.

Por último, é necessário estabelecer que anglicismo é o termo que abarca qualquer fato da língua inglesa que aparece no português falado ou escrito. O Dicionário de Termos Linguísticos define que

anglicismos são, principalmente, de ordem sintáctica (sic.) e lexical. Como anglicismos sintáticos (sic.) temos: a antecipação de um adjunto adjectivo ao seu substantivo, sem o intuito que essa colocação tem em português, mas com valor descritivo, quando em português é normal a posposição do adjectivo. (ex: majestoso hotel); o emprego de uma preposição, como "com", isolada do nome que rege. (ex: capas com e sem forro). Os anglicismos lexicais são formais, como "sport", "tank", "week-end", ou semânticos, como "realizar" "compreender", "assumir", "supor". (ILTEC, 2016)

Feitas as distinções terminológicas caras a esta dissertação, analisamos, adiante, o fenômeno dos estrangeirismos sob uma perspectiva histórica.

1.1 Estrangeirismos: uma perspectiva histórica

A aceitação e o uso de *estrangeirismos* em uma língua não são novidade no desenvolvimento das línguas. Sob a perspectiva diacrônica, trata-se de um fenômeno espontâneo e comum e diversos idiomas. É possível encontrar estrangeirismos do francês, por

exemplo, no real brasão de armas do Reino Unido, adotado a partir de 1837, como mostra a figura 1, a seguir.



Figura 1- Real brasão de armas do Reino Unido

Muito anteriormente ao brasão do Reino Unido, num banquete festivo em Calais, em 1348, o rei Eduardo III entregou à condessa de Salisbury, sua amante, a liga que havia caído de sua meia durante uma dança, diante da própria rainha. Ao devolvê-la, reparou que a sala se encheu de sorrisos e murmúrios. Irado, exclamou: Honni soit qui mal y pense (amaldiçoado aquele que pensar mal disso). Em seguida, criou a Order of the garter (ordem da liga ou da jarreteira), cujo brasão leva o lema em francês antigo, como ilustra a figura 2.



Figura 2 - Brasão da Ordem da Jarreteira

Ademais, isso reflete, em certa medida, a extensão da predisposição de um povo em se relacionar com pessoas de outros países e realizar intercâmbios culturais. Uma vez que o falante precise de um termo importado, por não encontrar no léxico de sua língua um equivalente satisfatório, o estrangeirismo se faz necessário. Ele representa, assim, a mesclagem cultural entre povos de origens diferentes bem como uma troca de influências.

No Brasil, a França exerceu especial influência cultural até a Segunda Guerra Mundial. O francês, em consequência disso, era a língua estrangeira ensinada nas escolas, e deu origem a diversos empréstimos, como os citados no capítulo anterior, que são utilizados até hoje e, considerados, pelos falantes mais jovens, termos legítimos do português, por não recuperarem historicamente a origem francesa. É por esse motivo, por exemplo, que pronunciamos, até hoje, o nome do navio britânico Titanic com padrão de pronúncia oxítone, característica marcante do francês, e não com o padrão fonológico inglês, que seria o mais lógico, dada a origem da embarcação.

A França começou a perder seu prestígio no Brasil e no mundo, após sucumbir ao domínio nazista. Os franceses, com seu colaboracionismo, apresentaram pouca resistência frente às forças alemãs e aceitaram a invasão, em muitas ocasiões, pacificamente. Outro ato, reprovável na visão ocidental, que os franceses cometeram, foi o de entregar incontáveis judeus aos alemães para extermínio.

A influência dos Estados Unidos, em terras brasileiras, e consequentemente da língua inglesa, teve início após a Segunda Guerra Mundial. Naquela ocasião, os norte-americanos ganharam prestígio por meio das demonstrações de poder bélico e econômico lutando, ao lado dos Aliados, contra os Nazistas. Além de contarem com soldados bem treinados, armas modernas, ótimos navios e aviões, eles tinham o moral elevado, pois recebiam de seu país itens como refrigerantes (Coca-Cola), presuntada (*Spam*) e cigarros. Na Europa, durante a guerra, itens como esses eram considerados artigos de luxo. Para ilustrar, em depoimento de um ex-combatente da FEB (Força Expedicionária Brasileira), sobre sua experiência em missão ao lado dos Aliados na Campanha da Itália, ele informou que, em certa ocasião, viu aproximar-se do porto onde estava de guarda um imenso navio norte-americano. A embarcação tinha dimensões colossais e apresentava armamento pesado. Esse pracinha e seus colegas militares brasileiros, que estavam em serviço nesse porto, conversaram a respeito do que, possivelmente, desembarcaria ali. Pelo tamanho do navio, eles esperavam ver chegar à Itália muitos blindados, armas, combustível, alimentos, munição e soldados. O que eles viram, no entanto, foi, para

surpresa de todos, o desembarque de enormes quantidades de Coca-Cola, presuntada em lata e cigarros. O envio dessa carga foi, para eles, uma grande demonstração de poder econômico, pois indicava que, mesmo em um momento em que a fome e as desgraças da guerra assolavam a Europa, os soldados norte-americanos manteriam seu moral elevado, pois sempre tinham uma ligação psicológica forte com elementos de sua cultura, que remetiam a seus lares, mantendo claras as razões ideológicas pelas quais estavam lutando. Além disso, os moradores das cidades que eram libertadas do domínio nazista pelos Aliados recebiam os soldados norte-americanos com grande alegria, pois esses militares compartilhavam com eles seus suprimentos de ração, que continham os valiosos itens alimentícios e recreativos mencionados. Eles eram vistos, dessa forma, como os salvadores da França e de toda a Europa, o que lhes conferiu, até hoje, posição de influenciadores culturais no mundo.

Apesar de todas as movimentações internacionais de caráter econômico, político e cultural durante a reconstrução da Europa pós-guerra, para várias nações, sobretudo aquelas que, na época das Grandes Navegações, fizeram papel de colonizadoras, como Portugal, Espanha e França, a língua nacional se firmou como elemento identitário e unificador da população, assumindo a forma de uma espécie de patrimônio nacional a ser defendido, atribuindo, assim, aos estrangeirismos status de *ataque* à soberania desses países. Na próxima parte deste capítulo, o leitor conhecerá esse fenômeno em detalhes.

1.2 Em defesa da língua: movimentos protecionistas

Por todo o mundo, existem movimentos acadêmicos e/ou políticos que visam proteger a língua nacional da ‘invasão’ de estrangeirismos. A maioria deles parte do princípio de que o idioma é um patrimônio nacional e que a assimilação de palavras oriundas de outras línguas pode configurar uma afronta à cultura e à soberania do país.

Um exemplo é a Real Academia Española (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2016) que, desde sua fundação em 1713, por iniciativa de Juan Manuel Fernández Pacheco y Zúñiga, marquês de Villena, exerce papel de defensora da língua espanhola, como estabelece o artigo primeiro de seu estatuto atual (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2014):

A Academia é uma instituição com personalidade jurídica, cuja principal missão é garantir que as mudanças que experimenta a língua espanhola em sua constante adaptação às necessidades de seus falantes não quebre a unidade essencial mantida em todo o mundo hispânico. Ela também deve garantir que essa evolução mantenha o gênio da língua em si, já que esta foi consolidada com o passar dos séculos, bem como estabelecer e divulgar os critérios de propriedade e correção, e contribuir para o seu esplendor (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2014, p. 9, tradução nossa⁶).

A instituição, na posição de autoridade máxima sobre a língua espanhola, pela prerrogativa disposta em seu estatuto, estabelece, monocraticamente, que alguns estrangeirismos são supérfluos ou desnecessários, e censura expressamente o uso de um termo estrangeiro caso já exista termo equivalente em espanhol, sugerindo alternativas como, por exemplo, *back-up: copia de seguridad, e-mail: correo electrónico, consulting: consultoria, consultor(a)* e *backstage: entre bambalinas*. Quando o uso de termos estrangeiros se faz imprescindível, por falta de equivalentes em espanhol, a Real Academia Española estabelece uma série de diretrizes de ortografia e pronúncia para seu emprego correto. É comum escutar falantes de espanhol pronunciarem termos do domínio discursivo da informática como *wi-fi* (abreviatura de *wireless fidelity*, pronunciado, no padrão inglês /'waɪ'faɪ/, por brasileiros) com pronúncia adaptada ao sistema fonológico do espanhol /'wi'fi/.

O Brasil, talvez por se tratar de um país cuja identidade cultural tenha sido construída sobre as bases de uma colonização europeia, da miscigenação racial e da entrada de escravos africanos e imigrantes europeus, mostra maior receptividade quanto a influências estrangeiras.

A partir da segunda metade do século XX, especialmente após o final da Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos se tornaram a nação que simboliza o sucesso atribuído ao capitalismo. Esse país tem imprimido marcas de sua cultura e seu estilo de vida em todo o mundo, com universalização de valores como sofisticação, alta produtividade e consumismo, principalmente, por meio da difusão de suas produções televisivas e cinematográficas. O inglês, portanto, tem hoje o posto de língua franca, graças ao sucesso do poder imperial britânico e do poderio econômico, político e bélico dos Estados Unidos. Dessa forma, palavras nesse idioma mostram-se cada vez mais presentes em nosso cotidiano, com uma relação inversamente

⁶ No original: La Academia es una institución con personalidad jurídica propia que tiene como misión principal velar porque los cambios que experimente la lengua española en su constante adaptación a las necesidades de sus hablantes no quiebren la esencial unidad que mantiene en todo el ámbito hispánico. Debe cuidar igualmente de que esta evolución conserve el genio propio de la lengua, tal como este ha ido consolidándose con el correr de los siglos, así como de establecer y difundir los criterios de propiedad y corrección, y de contribuir a su esplendor.

proporcional entre recorrência e questionamento, já que seu uso explora associações semióticas com um enorme repositório de recursos simbólicos, econômicos e sociais por elas mediados (GARCEZ; ZILLES, 2001, p. 22-23). É por essa razão que é comum encontrar crianças batizadas com nomes inspirados em artistas norte-americanos, seja em sua forma original ou em versões adaptadas, como Michael (inglês) e Maicon (português). Outro exemplo é o uso de termos como *sale* e *50% off* (figura 3) para indicar promoções no comércio, ou *diet* ou *light* para indicar a ausência ou o baixo teor de açúcar e/ou outros nutrientes (carboidratos, sal, lactose, gordura etc.) em alimentos.



Figura 3 - Exemplo de uso do lexema 'sale'

Contudo, uma ação em sentido similar ao da Real Academia Española teve início no Brasil no final da década de 1990. Trata-se do projeto de lei 1676/99, de autoria do deputado federal Aldo Rebelo (PCdoB - SP), que “dispõe sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa” (REBELO, 1999). Segundo o projeto do deputado, toda a vez em que for usada uma palavra estrangeira para uma comunicação ao público, o emissor da mensagem deve disponibilizar a tradução em português. Tal regra seria válida para a comunicação oficial dos órgãos do governo, os meios de comunicação de massa, informações em estabelecimentos comerciais e também para a produção publicitária.

O projeto tramitou no Congresso Nacional por nove anos até a publicação do parecer favorável por parte da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania no DCD de 08/02/08. Com duas emendas propostas pelo Senado Federal, o projeto se transformou em lei, e estabelece, hoje, por exemplo, que toda a comunicação oficial, bem como os documentos que circulam entre os três poderes da federação, sejam escritos, exclusivamente, com palavras do

português. O legado mais valioso do projeto de lei, entretanto, parece ser a produção acadêmica de linguistas e os ricos debates acerca do tema. À época de sua proposição, houve acalorada discussão contrária a esse projeto, considerado um equívoco por estudiosos brasileiros de renome nacional e internacional.

É pertinente citar, dentre os trabalhos sobre o tema, o livro *Estrangeirismos: guerras em torno da língua*, organizado pelo professor Carlos Alberto Faraco, da Universidade Federal do Paraná. A obra consiste em textos que discorrem sobre diferentes aspectos do assunto. Os artigos foram escritos por autores como Marcos Bagno, John Robert Schimitz, José Luiz Fiorin, Sírio Possenti, além do próprio organizador da coletânea. Os autores não endossam a justificativa que fundamenta o projeto de Rebelo pois consideram, em suma, que um projeto de lei não é capaz de intervir na cultura dos falantes quanto a sua expressão linguística.

Pautando-se por princípios exclusivamente linguísticos, os pesquisadores citados têm ampla base para argumentação contrária ao projeto de Rebelo. Contudo, considerando a realidade do Brasil, como descrita no primeiro parágrafo da Introdução deste trabalho, o projeto, que se transformou em lei, deixa de ser absurdo após as emendas propostas pelo Senado, que excluem as partes que previam sanções penais aos ‘infratores’ e a delegação do poder de polícia ao Estado para fiscalizar o seu cumprimento. Do modo como foi publicada, é possível verificar que a lei não configura, em si, uma afronta ao desenvolvimento linguístico natural do país, mas age em uma tentativa de uniformizar as escolhas lexicais em contextos nos quais o cidadão comum possa ser prejudicado por não dominar um idioma estrangeiro.

Apesar da importância das discussões no âmbito legislativo, esta é uma pesquisa em Linguística, que, conseqüentemente, privilegia os aspectos funcionais e cognitivos da língua em detrimento dos legais. Desse modo, apresentamos, a seguir, detalhes sobre os processos de integração dos estrangeirismos ao português.

1.3 Do estrangeirismo ao empréstimo: processo de integração

Para enriquecer o teor acadêmico deste trabalho, considerando que seu objeto de estudo é composto por *anglicismos*, abordamos, nesta seção, o processo de integração de *estrangeirismos* ao léxico do português.

Quando um *estrangeirismo* entra em uso em uma língua, fazendo uma analogia com o comportamento humano, ele é como um imigrante vivendo seus primeiros dias em um novo país. Ele é cauteloso e discreto, pois ainda não conhece muito bem os costumes locais. À medida que o tempo passa, ele vai ficando mais à vontade no novo espaço, e começa a tomar liberdades que antes não ousava. Do ponto de vista da Linguística, a palavra passa a sofrer, gradualmente, por parte dos falantes, maior manipulação fonológica, ortográfica e morfosintática e semântica, até chegar a um ponto, no eixo diacrônico, em que falantes não consigam mais recuperar a origem estrangeira do termo. Esse é o processo em curso, por exemplo, com o verbo inglês *delete*, que significa apagar. Ele entrou no português pelo domínio discursivo da Informática, impresso em uma das teclas nos teclados de computadores e, hoje, principalmente para falantes mais jovens, é parte funcional e de uso inquestionável da língua lusitana, figurando, inclusive, no Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa. Seus dias como *estrangeirismo* foram poucos. Ainda em suas primeiras aparições em domínios lusófonos, ele não foi traduzido de forma canônica para *apagar*, mas adaptado para servir à categoria dos verbos, dando origem a *deletar*. Mesmo assim, seu uso ainda era circunscrito à Informática. Contudo, após pouco mais de três décadas do advento do computador pessoal, *deletar*, hoje, participa, com naturalidade, não apenas de conversas e textos no domínio discursivo da Informática, mas está presente até em construções metafóricas de pessoas comuns, como ‘eu *deletei* meu ex-namorado da minha vida’.

A revisão de literatura sobre esse tema revelou que, embora cada estrangeirismo passe por processo individualizado de integração ao léxico do português, estudiosos identificam duas fases prototípicas dentro desse processo.

Frei (1936, p. 79, apud ALVES, 2008) caracteriza o que ele chama de Fremdwörter⁷, como unidades lexicais ainda não-assimiladas. Rey-Debove (1978b, p. 129, apud (ALVES, 2008) destaca duas fases da integração de unidades lexicais estrangeiras: a fase de *integração*, que ocorre quando a palavra estrangeira é empregada com pequenas modificações gráficas e fonéticas, e a fase de *assimilação*, em que se observa uma adaptação maior à língua receptora, que pode ser de caráter gráfico, fonético ou grafo-fonético. Lehnwörter⁸ é a denominação que Frei atribui às unidades assimiladas à língua receptora.

⁷ Palavras estrangeiras (tradução nossa).

⁸ Palavras emprestadas (tradução nossa).

A fase em que a unidade lexical passa de estrangeirismo a empréstimo, e começa a integrar-se ao sistema da língua receptora, Deroy (1956, p. 224, apud (ALVES, 2008) chama de *peregrinismo*. Nessa fase, Guilbert (1975, p. 96-98, apud (ALVES, 2008) destaca que três critérios podem auxiliar na identificação das unidades lexicais em transição: fonológico, morfossintático e semântico.

Pelo critério fonológico, um estrangeirismo começa a integrar-se ao léxico da língua que o acolhe à medida que se ajusta a seu sistema fonológico. Como afirmaram vários autores (MATTO SO CAMARA, 1970, p. 263; GEORGE, 1976, p. 63; WEINREICH, 1953, p. 14, apud (ALVES, 2008), o elemento estrangeiro tende a adaptar-se ao sistema fonemático do idioma. É o caso, por exemplo, de *mouse* /maos/ e *layout* /'lei.aot/, pronunciados, com a sonoridade do português brasileiro, respectivamente, /maʊzi/ e /'lei.aotʃ/, ou em algumas regiões /'lei.aot/.

Alves (ALVES, 2008, p. 9) explica que adaptação fonológica é, não raro, seguida de uma adaptação ortográfica, e que a integração morfossintática ocorre quando o estrangeirismo adapta-se à morfologia da língua que o recebe, tanto do ponto de vista flexional como do derivacional. São exemplos desse processo as palavras *leiaute*, *abajur* e *futebol*, originalmente, *layout*, *abat-jour* e *football*.

Prototipicamente, nos estágios finais do processo de adaptação da unidade lexical, é possível observar a estabilização fonológica, com fixação do acento, plena integração morfossintática, fixação de gênero e número, possibilidade de derivação, polissemia e atestação lexicográfica. Um exemplo de palavra que apresenta esses atributos é *nocaute*. Esse termo é originário do inglês *knockout*, e se refere ao ato de, em uma luta de boxe, golpear o oponente de modo que ele caia na lona e lá permaneça inconsciente, impossibilitado de retornar à luta, por mais de dez segundos, dando ao outro lutador a vitória. Fonologicamente, a pronúncia partiu do original inglês /'nɒk.aʊt/ para /'no.kautʃ/ ou /'no.kaut/. Morfologicamente, trata-se de um substantivo masculino contável. Essa palavra dá origem, por derivação, ao verbo *nocautear*. Ela tem uso literal e metafórico e, do ponto de vista lexicográfico, é verbete de vários dicionários semasiológicos monolíngues.

Apesar da observação dos padrões de citados, Alves (2008) conduziu uma análise com base em um *corpus* composto de materiais extraídos dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo e das revistas Veja e IstoÉ, analisados por amostragem de janeiro de 1993 a dezembro de 2000, que integram a Base de Neologismos do Português Brasileiro Contemporâneo do Projeto

TermNeo (Observatório de Neologismos do Português Brasileiro Contemporâneo) e concluiu que não se observam formas homogêneas de aportuguesamento de estrangeirismos à língua portuguesa, e que alguns estrangeirismos não apresentam nenhuma forma de integração à língua portuguesa, com exceção da integração fonológica. Esse é o caso das unidades lexicais *jeans*, *software* e *pizza*, que guardam a grafia das línguas de origem.

Ainda sobre esse aspecto, Alves (2008, p.12) exemplifica que, dentre os dez estrangeirismos mais frequentes em seu *corpus*, todos de origem inglesa - *home page* (44), *ranking* (43), *talk show* (42), *site* (38), *playoff* (36), *popstar* (33), *fast food* (32), *fax* (31), *pay-per-view* (31), *drag queen* (30) -, apenas *ranking*, *site* e *fax* apresentam formas de integração (ortográfica, morfosintática e decalque) ao português: ranquear e ranqueamento, fax-resposta e forma decalcada sítio, respectivamente.

Sobre o tratamento lexicográfico, Alves (2008, p. 13) destaca que algumas propostas lexicográficas de aportuguesamento nem sempre são seguidas pelos usuários. Exemplificamos, mais uma vez, com *leiaute* (de origem inglesa) e *turnê* (de origem francesa) ambas registradas em Ferreira (FERREIRA, A. B. De H. *et al.*, 1999) e em Houaiss (HOUAISS *et al.*, 2001). Esses dicionários registram também a forma estrangeira dessas palavras, *lay-out* e *tourné*, remetendo-as para as respectivas formas vernaculares.

Esses exemplos corroboram o fato de que a adaptação dos *estrangeirismos* ao léxico da língua é um processo natural, que mostra viabilidade e produtividade linguística quando ocorre no âmbito do uso dos falantes. Quando acontece de modo artificial, todavia, motivado por arbitrariedade de instituições, dicionários ou projetos de lei, esse fenômeno tende a não se concretizar, pois seu uso não é legitimado pelos falantes. Essa constatação, é claramente observável nos exemplos retirados do domínio discursivo da Administração, em que se destacam os *estrangeirismos* em uso, com pouca ou nenhuma adaptação ao léxico do português brasileiro.

Para situar o leitor leigo em Administração, construímos, no próximo capítulo, a apresentação de algumas temáticas desenvolvidas nesse campo de estudos. Oferecemos, adiante, um panorama que se inicia na fundação dessa vertente científica, passa pelo seu ensino no Brasil, apresenta fatos sobre sua literatura especializada e se encerra aprofundando-se nos anglicismos característicos desse domínio.

2. INÍCIO, DESENVOLVIMENTO E CONSOLIDAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO COMO ÁREA DO CONHECIMENTO

O conceito de Administração fez-se presente no desenvolvimento da humanidade a partir do ponto em que as pessoas deixaram de ser nômades e começaram a desenvolver tarefas mais complexas em suas comunidades.

Chiavenato (2007, p. 2) explica que o ser humano sempre inventou maneiras de melhor aplicar seus esforços para, assim, conseguir melhores resultados de suas ações. Isso ficou evidenciado a partir do momento em que aprendeu a reunir forças, juntou pessoas, ideias, experiências e passou a trabalhar em conjunto. Foi a etapa em que o ser humano inventou a organização – o motor do desenvolvimento econômico e social responsável por nossa chegada ao mundo moderno, o carro-chefe da inovação e da transformação da sociedade contemporânea.

O ensino e a prática da Administração no mundo das organizações sempre estiveram associados à ideia de melhorar o desempenho por meio do treinamento das pessoas e da implementação de práticas mais eficientes e eficazes de produção ou de oferta de serviços.

As organizações, sejam elas grandes ou pequenas, públicas ou privadas, lucrativas ou não lucrativas, são, em sua essência, associações de pessoas, agindo predominantemente de acordo com suas experiências e percepções pessoais. A Administração, como área do conhecimento, oferece subsídios metodológicos para que a organização funcione como um sistema ajustado com foco nos resultados esperados.

Na Administração, o conceito de eficiência define-se pela capacidade de uma organização em produzir o maior resultado possível consumindo o mínimo de recursos.

Sobre o desenvolvimento acadêmico da Administração, a maior parte das contribuições científicas foram dadas por autores norte-americanos.

Chiavenato (2003, p. 11) explica, cronologicamente, que a Teoria Geral da Administração (TGA) começou com a ênfase nas tarefas (atividades executadas pelos operários em uma fábrica), por meio da Administração Científica de Taylor em 1903. A seguir, a preocupação básica passou para a ênfase na estrutura, com o Teoria Clássica de Fayol, em 1916, e com a Teoria da Burocracia de Weber, em 1909, seguidas, mais tarde, pela a Teoria Estruturalista, em 1947. A Teoria das Relações Humanas, em 1932, por meio da ênfase nas

pessoas, trouxe a reação humanística, que, mais tarde, levou à Teoria Comportamental, em 1957, e à Teoria do Desenvolvimento Organizacional, em 1962. A ênfase no ambiente surgiu com a Teoria dos Sistemas, em 1947, sendo completada pela Teoria da Contingência, em 1972. Essa, posteriormente, desenvolveu a ênfase na tecnologia. Mais recentemente, as novas abordagens trouxeram à tona a necessidade de competitividade das organizações em um mundo globalizado e carregado de mudanças e transformações. Dessa forma, cada uma dessas seis variáveis – tarefas, estrutura, pessoas, ambiente, tecnologia e competitividade – provocou, a seu tempo, uma diferente teoria administrativa, marcando um gradativo passo no desenvolvimento da TGA.

2.1 O ensino da Administração no Brasil

No Brasil, as preocupações com o ensino de Administração chegaram tardiamente, em comparação aos Estados Unidos. Tatto (2001) indica que a instalação de cursos de Administração no Brasil é contemporânea à instalação da grande empresa multinacional, a partir da década de 1940. Por exemplo, é dessa época que datam experiências como a contribuição pioneira do padre Sabóia de Medeiros, ao criar, em São Paulo, no final da década de 1940, a Escola Superior de Administração de Negócios (ESAN). Mais ou menos à mesma época, Armando Salles de Oliveira criou o Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT). Em 1946, foi criado Instituto de Administração da USP, hoje, seguramente, um dos mais proeminentes centros de ensino de Administração sul-americanos de vanguarda no estudo, desenvolvimento e disseminação da ciência administrativa.

Em 1952, o Brasil viu a criação da Escola de Administração Pública (EBAP), no Rio de Janeiro e, em 1954, nasceu a Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP), ambas ligadas à Fundação Getúlio Vargas (FGV), com o apoio da Organização das Nações Unidas e outros organismos dos Estados Unidos.

A fundação das escolas de Administração do Brasil foi marcada por forte influência de teóricos e profissionais norte-americanos. No início, foram trazidos professores dos Estados Unidos e houve produção de estudos de caso e materiais de ensino de Administração para

alunos brasileiros. Contudo, muitos dos materiais dessa época traziam conclusões baseadas nas experiências norte-americanas, sem adaptações aos aspectos culturais e econômicos do Brasil.

Com a disseminação das escolas de Administração, surgiu a necessidade de reconhecimento legal dos profissionais formados. A profissão de *Técnico em Administração*, que coloca no mesmo nível dos bacharéis em Administração os formados em cursos técnicos em administração e pessoas que, mesmo sem formação específica, possuam pelo menos cinco anos de experiência em trabalho administrativo, ganhou reconhecimento no território nacional com a lei 4.769, de 1965. Em 1985, por meio da lei 7.321, esse profissional passou a ser chamado de *Administrador*.

2.2 Panorama da literatura especializada em Administração no Brasil

A literatura especializada em Administração configura uma subdivisão da imprensa que se ocupa de difundir notícias e informações acerca dos acontecimentos e práticas no contexto da área. Essas publicações não têm caráter acadêmico, pois não visam à investigação científica dos fatos que veiculam. Elas podem se apresentar tanto de forma autônoma, como publicações independentes, quanto como vertentes de veículos de comunicação generalistas.

A imprensa no Brasil tem seu início em 1808, com a chegada da família real portuguesa ao país. Até então, qualquer atividade de imprensa era proibida, o que caracterizava uma peculiaridade da América Portuguesa em relação às demais colônias europeias no continente, onde a imprensa já se fazia presente desde o século XVI. Oficialmente, a imprensa brasileira nasceu no Rio de Janeiro em 13 de maio de 1808, com a criação da Imprensa Régia, hoje Imprensa Nacional, pelo príncipe-regente Dom João.

O suporte impresso dominou o cenário da imprensa brasileira até meados da década de 1990, quando a popularização da internet, a rede mundial de computadores, deu subsídios para a veiculação de publicações em meio digital. Inicialmente, os veículos de comunicação impressa passaram a oferecer o mesmo conteúdo da versão impressa em seus sítios na internet. Com a consolidação da internet como meio de comunicação, surgiram publicações que são presentes apenas neste suporte, sem qualquer correspondente impresso.

A consolidação da internet, como plataforma para publicações, trouxe consigo aspectos inovadores, que só foram possíveis graças a essa tecnologia. Tratam-se da interação autor-leitor e da produção colaborativa de conteúdo. Além disso, a internet propiciou uma espécie de democratização dos meios de produção e difusão de ideias, uma vez que, enquanto para publicar no meio impresso, é necessário um grande aparato editorial e gráfico, e para publicar em meio digital, a hospedagem de conteúdo pode ser feita de forma mais simples e, muitas vezes, gratuita.

Atualmente, no Brasil, o domínio da Administração consiste em um segmento explorado por grandes grupos editoriais, como Abril e Globo, que oferecem conteúdo categorizado por área de especialidade por meio de revistas impressas e seus respectivos portais na internet. Além dessas fontes, é mister destacar a HSM Management, que possui versões impressa e digital e constitui uma iniciativa brasileira independente, desvinculada de qualquer grande grupo editorial. Baseadas apenas suporte digital, há iniciativas diversas, como o portal Administradores.com e blogs como o Geração de Valor. Dentre as publicações disponíveis no país, é possível encontrar, também, a versão brasileira da Harvard Business Review, um veículo de comunicação norte-americano de renome internacional ligado à Universidade de Harvard, publicada em versão impressa, mas também com portal disponível na internet.

2.3 Anglicismos na literatura de Administração

A presença de anglicismos no domínio discursivo da Administração no Brasil é explicada pela influência, desde os primórdios desta ciência no país, de autores norte-americanos.

Ademais, é possível perceber, em grande parte da população brasileira, uma característica cultural de hospitalidade com elementos estrangeiros. Esse aspecto cultural pode ser observado em diversas esferas da vida em sociedade, que vão desde o tratamento na recepção de estrangeiros no país até a incorporação linguística de termos importados.

Um exemplo do domínio da Administração é o termo *marketing*, que Houaiss (HOUAISS, 2009), define da seguinte maneira:

Marketing: substantivo masculino

Rubrica: marketing.

1 estratégia empresarial de otimização de lucros por meio da adequação da produção e oferta de mercadorias ou serviços às necessidades e preferências dos consumidores, recorrendo a pesquisas de mercado, design, campanhas publicitárias, atendimentos pós-venda etc.

2 Derivação: por metonímia.

o conjunto dessas atividades; composto de marketing

3 conjunto de ações, estrategicamente formuladas, que visam influenciar o público quanto a determinada ideia, instituição, marca, pessoa, produto, serviço etc.

O mesmo dicionário ainda traz como sinônimos de *marketing* os termos comercialização, mercadização e mercadologia (HOUAISS, 2009).

Essa pesquisa em um dicionário da língua portuguesa revela a aceitação do uso da palavra *marketing* no idioma português. Evidência disso é o fato de as definições dos sinônimos supracitados trazerem mais termos em Inglês.

Comercialização: n substantivo feminino

1 ato ou efeito de comercializar

2 Rubrica: marketing.

ver marketing

Etimologia: comercializar + -ção, prov. por infl. do fr. commercialisation 'id.'

Mercadização: n substantivo feminino

1 Rubrica: economia, marketing.

ver merchandising

2 Rubrica: marketing.

ver marketing

Etimologia: mercadizar + -ção

Mercadologia: n substantivo feminino

Rubrica: marketing.

ver marketing

mercado + -o- + -logia, voc. forjado em port. para substituir o ing. market research ou simplesmente marketing (HOUAISS, 2009)

Apesar de o termo *mercadologia* ter sido forjado para substituir a palavra *marketing*, na prática, seu uso não é tão recorrente quanto o da palavra em inglês que o originou. Fenômeno

similar foi observado fora do domínio da Administração, com a tentativa do governo brasileiro na época da ditadura do Estado Novo de introduzir no país o termo *ludopédio* como substituto do anglicismo *football*. A etimologia do termo proposto remonta ao latim, *ludus* = jogo e *pes, pedis* = pé. Essa tentativa de controlar o vocabulário corrente no país por meio de uma intervenção estatal acabou fracassada. O que, de fato, ocorreu foi o aportuguesamento da palavra inglesa e a transformação de *football* em futebol (GARCEZ; ZILLES, 2001). Processo semelhante ocorreu com a palavra basquetebol. Ela é oriunda do substantivo inglês *basketball*. Houve tentativa de introdução da expressão *bola ao cesto*, em alusão ao objetivo do jogo, que é acertar a bola dentro da cesta do time rival. Contudo, essa tentativa não foi produtiva, e temos, hoje, o termo basquetebol, e por economia, apenas, basquete.

Por outro lado, no domínio do *Marketing*, uma subdivisão da Administração, há um exemplo de traduções que foram aceitas pelos acadêmicos da área e que são utilizadas atualmente de forma consolidada - os quatro Ps de Kotler.

Philip Kotler⁹ propõe a teoria dos quatro Ps do *marketing*, ou *marketing mix*: produto, preço, praça e promoção. Em diversas publicações de autores brasileiros, além das próprias traduções dos livros de Kotler, o uso dessas palavras em português é recorrente, e exclui a necessidade de referência aos termos em inglês. Os correspondentes originais em inglês na publicação de Kotler são, respectivamente, *product, price, promotion e place* (KOTLER; ARMSTRONG, 2007). A aceitação da tradução desses termos parece, contudo, se acomodar bem ao contexto em que se empregam por coincidirem todas as iniciais na letra P, como fazem as unidades lexicais em inglês.

Outro exemplo amplamente conhecido na área da Administração, na especialidade de Gestão da Qualidade, é uma teoria proposta pelo acadêmico norte-americano William Edwards Deming (1982), que versa sobre um ciclo de passos que se devem seguir para a implementação de um processo de melhoria contínua dentro das organizações. Os pilares dessa teoria são comumente apresentados por meio do acrônimo PDCA, que se refere às palavras inglesas *plan*,

⁹ Professor universitário natural de Chicago, Estados Unidos, nascido em 27 de maio de 1931. Leciona Marketing Internacional na Kellogg School of Management, na Universidade Northwestern. Kotler é autor de mais de 50 livros sobre todos os aspectos do marketing e é considerado o pai do marketing moderno. Foi selecionado em 2005 como o quarto maior guru de negócios pelo Financial Times (atrás de Jack Welch, Bill Gates e Peter Drucker) e foi considerado pelo Management Centre Europe "o maior dos especialistas na prática do marketing." Em 2008, o Wall Street Journal o listou como a sexta pessoa mais influente no mundo dos negócios. Disponível em: < <http://www.pkotler.org/about/> > Acesso em 15/11/2016.

do, *check* e *act*. Esses termos são traduzidos para o português como planejar, executar, verificar e ajustar (ou agir corretivamente), respectivamente.

Apesar de existir uma tradução válida e aceita para esses termos, tanto na literatura especializada quanto na acadêmica, é comum o uso da sigla em inglês PDCA. Há, inclusive, no jargão da Administração, uma construção metafórica que faz uso dessa sigla. Trata-se da expressão *rodar o PDCA*, que significa executar os passos do ciclo para controle e melhoria da qualidade. O uso de verbo de movimento *rodar* está relacionado à representação gráfica do conceito de Deming (1982), ilustrado pela figura a seguir.



Figura 4 - Representação gráfica do ciclo PDCA

Apesar do fato de que nem todos os leitores de textos do domínio discursivo da Administração têm fluência em inglês, os exemplos mostram que a regularidade no uso de termos nesse idioma não necessariamente lhes traz prejuízos semânticos. A explicação para o uso desses elementos linguísticos se fundamenta no conceito de terminologia, que, segundo Barros (BARROS, 2004), propicia a transmissão do saber por meio de textos que possuem características específicas em nível sintático, semântico, pragmático, semiótico e, notadamente, lexical, uma vez que é sobretudo por meio de uma terminologia própria que esse tipo de texto veicula seus conhecimentos. Evans e Green (2006) salientam que

palavras não representam pacotes de significados hermeticamente fechados (a visão do dicionário), mas servem como ‘pontos de acesso’ a vastos

repositórios de conhecimento relacionados a um conceito particular ou domínio conceitual.

Os anglicismos quantitativamente mais recorrentes nas publicações analisadas pertencem à classe morfológica dos substantivos, o que corrobora a visão de Evans e Green.

Apesar caráter funcional relativo ao uso dos anglicismos na Administração observado até aqui, esse tipo de recurso linguístico ainda desperta questionamento por parte de teóricos mais tradicionais e militantes de posições político-ideológicas contrárias às dos Estados Unidos, como políticos e intelectuais ligados a partidos de esquerda, em uma espécie de polarização ao estilo de uma Guerra Fria linguística. Para ilustrar, tomemos como exemplo a lei 12.605, de 3 de abril de 2012, sancionada pela Presidente da República à época, Dilma Rousseff. Ela obriga a flexão de gênero de acordo com o sexo da pessoa diplomada para títulos e profissões escritos em diplomas e certificados emitidos por instituições de ensino públicas e privadas. Para não desprezar a lei, universidades precisam escrever, por exemplo, *bacharela*, em vez de *bacharel* e *mestra*, em vez de *mestre* nos diplomas das alunas recém-formadas. Além disso, as instituições de ensino devem arcar com o custo de reemissão dos documentos antigos de alunas que quiserem ter seus diplomas atualizados de acordo com a nova regra.

Ações desse tipo, incluindo a que veda o uso de estrangeirismos no Brasil, do deputado Aldo Rebelo, ligado ao Partido Comunista do Brasil, citada no item 1.2 desta dissertação, não têm motivação linguística alguma. Elas apenas marcam e impõem, de modo notável, a posição ideológico-partidária de seus autores. Dilma Rousseff, por exemplo, quando assumiu a presidência pela primeira vez, fez questão de solicitar o uso da variante *presidenta*, em vez do substantivo comum de dois gêneros *presidente*, em documentos oficiais, quando se referissem a ela. Com esse ato, ela promoveu, ideologicamente, a bandeira do empoderamento feminino e do fortalecimento da mulher frente a situações de machismo. Não nos cabe julgar esses artifícios políticos, mas, do ponto de vista linguístico, contudo, observa-se a construção de um padrão artificial de uso da língua, que não emerge dos falantes, visto que os substantivos comuns de dois gêneros ainda têm funcionalidade ilibada na língua portuguesa, tanto no eixo diacrônico quanto no sincrônico.

Em oposição a essas ações de manipulação linguística com objetivos político-ideológicos, percebemos, pela análise do *corpus*, que uso de estrangeirismos, no domínio discursivo da Administração, não parece representar a imposição de pontos de vista culturais

norte-americanos ou neoliberais. Não encontramos, em nossas pesquisas parametrizadas em bases de dados científicos e em buscadores online gerais, qualquer manual de estilo, orientação oficial ou dispositivo legal que imponha o uso desse tipo de recurso. Quando observados em ação, em termos funcionais, percebemos que os autores apenas procuram incrementar os aspectos de informatividade, economia e ergonomia linguísticas.

Para dar fundamentação científica a essas observações, entraremos, a seguir, por meio do capítulo 3, no mundo da Linguística Cognitiva.

3. LINGUÍSTICA COGNITIVA

Aqui abordamos detalhes que vão, desde as raízes da Linguística Cognitiva e passam por alguns de seus grandes temas de estudo. Salientamos que, por questões metodológicas, detemos nosso foco sobre os aspectos que se mostram caros às reflexões sobre o uso de anglicismos no domínio discursivo da Administração.

O ponto de partida para este campo de estudos é a observação da língua em uso. Em situações interacionais entre falantes de português, não é raro observar construções como estas:

Levei o carro para a revisão e mandei *fazer barba, cabelo e bigode*.

A professora falou que, hoje, vai apenas *dar uma pincelada* no conteúdo da prova.

As expressões destacadas em itálico, nos exemplos, podem ser analisadas do ponto de vista fonológico, morfosintático, semântico e pragmático, de forma tradicional, sem qualquer problema. Contudo, para extrair delas significado satisfatório, segundo Chiavegatto (2009, p. 77), o interlocutor precisa realizar operações mentais complexas, que projetam conhecimentos entre domínios linguísticos, cognitivos e interacionais. Isso representa um obstáculo às visões clássicas de análise linguística.

Para auxiliar em desafios desse tipo, surgiu a Linguística Cognitiva, por insatisfação com as abordagens formais à linguagem, que se mostravam insuficientes nesses casos. Ela tem suas raízes na Ciência Cognitiva, que abarca importantes trabalhos relacionados à categorização e à psicologia da Gestalt. A Linguística Cognitiva está inserida em um contexto interdisciplinar, que compreende Filosofia, Psicologia, Neurociência e elementos da cognição humana, e não nega ou ataca a visão tradicional de abordagem de estudos linguísticos, mas a complementa quando ela não é suficientemente eficaz para analisar fenômenos que emergem da língua em uso.

Sob a perspectiva cognitivista, a construção de sentido a partir da expressão *barba, cabelo e bigode* pressupõe uma interligação entre o que conhecemos da língua e o que

vivenciamos no mundo sobre a experiência de ir ao barbeiro e ter recebido o serviço mais completo possível, tendo cortado os cabelos, feito a barba e aparado os bigodes. É o atributo de ser extremamente completo que a expressão *fazer barba, cabelo e bigode* projeta sobre o serviço da oficina mecânica. Fenômeno semelhante ocorre quando construímos sentido a partir da expressão *dar uma pincelada*. Ela remete à arte da pintura, em que, quase sempre, para se obter uma obra completa, são necessárias diversas pinceladas, não apenas uma. *Dar uma pincelada*, portanto, carrega o sentido de fazer algo de forma superficial. Chiavegatto (Op. Cit.) resume que tais saberes, adquiridos na vida social e na cultura a que pertencemos, são projetados entre domínios distintos – o do corpo e o dos relacionamentos – e dessas correlações novos sentidos são construídos.

Historicamente, a Linguística Cognitiva tem seus primórdios na década de 1970, mas, até o final da década de 1980, ainda dava seus primeiros passos, ainda sem muitos trabalhos na área. Em termos qualitativos, podemos citar a obra *Metaphors we live by*¹⁰, de George Lakoff e Mark Johnson, publicada em 1980, como um importante marco para a consolidação desta ciência. Nesse livro, que nos serve de referência até os dias atuais, os autores exploram aspectos cognitivos sobre como as metáforas que utilizamos em nosso cotidiano se relacionam a nossas experiências de vida pessoais. A partir do final da década de 1980 e início da década de 1990 a Linguística Cognitiva, de fato, se consolidou como ciência, e houve uma proliferação de trabalhos desenvolvidos à luz de seus fundamentos.

A Associação Internacional de Linguística Cognitiva¹¹, juntamente com a revista *Cognitive Linguistics*¹², estabelecidas em 1989 e 1990, respectivamente, marcam a consolidação do empreendimento da Linguística Cognitiva e suas aplicações no estudo dos fenômenos da linguagem.

Abreu (2010, p. 19-20) destaca que os grandes temas da linguística cognitiva são:

Princípios da categorização e teoria dos protótipos,

Linguagem corporificada e esquemas de imagem,

¹⁰ Metáforas pelas quais vivemos – tradução nossa.

¹¹ International Cognitive Linguistics Association – página da entidade na internet disponível em: <<http://www.cognitivelinguistics.org/>>

¹² Página da publicação na internet disponível em: <<http://www.cognitivelinguistics.org/en/journal>>

Frames,

Scripts,

Metáfora,

Metonímia,

Blending: operações de integração,

Histórias, parábolas e provérbios,

Teoria dos espaços mentais,

Iconicidade,

Gramática e cognição.

A partir da análise do uso dos anglicismos em nosso *corpus*, apresentadas no capítulo 4, selecionamos e apresentamos, a seguir, os temas mais relevantes a este trabalho, de acordo com sua aplicabilidade. Adiante, temos, também, uma parte dedicada à Psicologia da Gestalt e outra sobre Complexidade.

3.1 O enfoque cognitivista no estudo da língua

O pressuposto fundamental do enfoque cognitivista no estudo da língua é a ideia de que não é possível tratar da língua separadamente da cognição, uma vez que a língua reflete o pensamento humano. A linguagem é, dessa forma, concebida como parte integrante da cognição, e não como um módulo separado. É, portanto, ocupação da Linguística Cognitiva, partindo do usuário da língua, procurar entender o pensamento humano por meio da investigação da linguagem.

Essa visão se diferencia daquela dos linguistas em geral, pois estes costumam pautar suas análises e descrições de língua somente em critérios de estrutura, sistematicidade e função.

Abreu (2003a) considera que

os avanços sobre os estudos de modelos cognitivos, mapeamentos criativos e transferências, para citar apenas um exemplo, vêm sendo altamente significativos, o que, já de início, nos afastaria do caos. Basta lembrar o progresso feito no estudo da metáfora, nos últimos dez anos. De figura retórica e estilística, passou a ser vista como um processo cognitivo de grande importância para o funcionamento das línguas e da mente humana. Quanto à sua natureza, os estudos iniciais de Lakoff e Johnson, nos anos 80, culminaram com a atual teoria de *blending*, altamente promissora. Segundo Lakoff e Johnson (1980), em *Metaphors we live by*, a metáfora seria uma maneira de experienciar uma coisa a partir de uma outra coisa, ou seja, partir de um domínio de origem, como, por exemplo, o jogo, para falar de amor. (ABREU, 2003a, p. 11)

A Linguística Cognitiva se apresenta, portanto, como uma alternativa ao paradigma clássico, chamado *objetivista*, que pressupõe a existência de um mundo que tem ordem e estrutura independentemente de quem as percebe. A perspectiva cognitivista observa que a linguagem se fundamenta em processos cognitivos e interacionais e deve ser estudada no seu uso e no contexto de conceptualização, categorização, processamento mental e experiência individual, social e cultural. Dessa forma, o significado linguístico não pode ser dissociado do conhecimento enciclopédico de mundo, que se constrói pelas experiências obtidas por meio dos órgãos sensoriais de cada indivíduo.

No que se refere a situações de interação comunicativa, Evans e Green (2006, p.6) sintetizam que a linguagem nos oferece um meio bem desenvolvido de codificar e transmitir ideias complexas e sutis, que se relaciona com duas funções linguísticas: a função simbólica e a função interativa.

3.2 Funções simbólica e interativa da linguagem

Cognição é a capacidade de processar informações de forma rápida e ágil, que permite ao ser humano adaptar-se às mais diversas situações possíveis. Esses processos adaptativos ocorrem desde os níveis mais fundamentais à sobrevivência, como, por exemplo a adaptação

ao ambiente. Os animais, por regra geral, adaptam-se ao seu habitat geração após geração, por meio de um longo processo de seleção natural. O ser humano, por sua vez, é a única espécie que o faz modificando o ambiente de acordo com suas necessidades. É o caso das estações de pesquisa nos polos, que suportam temperaturas notadamente baixas, mas têm êxito em alojar cientistas, ou de estações espaciais orbitais, que, de forma igualmente eficaz, servem de abrigo a pessoas fora do planeta Terra, mesmo na ausência de ar e sob temperaturas extremas.

Abreu (2010, p. 9) salienta que, dentro de uma visão moderna, superando antigas divisões, a cognição humana engloba a linguagem, a memória, o raciocínio lógico, as emoções e a motivação. Abrange, pois, nossa capacidade de processar informações e de reagir a tudo o que percebemos no mundo e dentro de nós mesmos.

Em sintonia com essa visão, temos o princípio fundamental da linguística cognitiva. Trata-se da ideia de que a linguagem não é uma faculdade autônoma, dissociada das demais faculdades humanas como a visão, a audição, a memória, a capacidade de pensar e de se emocionar. A linguagem tem a característica de ser simbólica, o que permite ao homem criar representações abstratas. Por meio desse recurso, ele é capaz de ter autoconsciência e imaginação, o que lhe possibilita explorar construções hipotéticas e aspectos relativos a passado e futuro. Em termos práticos, a linguagem é, portanto, uma espécie de matéria-prima com a qual se constroem os pensamentos. Quando alguém diz que as lojas do centro da cidade ficarão abertas até às 22 horas na próxima semana, tanto o tempo (até às 22 horas na próxima semana) quanto o espaço (as lojas do centro da cidade) são representados simbolicamente. Se o ser humano não dispusesse da faculdade da linguagem, seria impossível extrair sentido de enunciados desse tipo.

A propriedade simbólica da linguagem permitiu ao ser humano, ao longo de sua evolução, em comparação às outras espécies animais, criar infinitos símbolos baseados na articulação ordenada de sons, o que lhe confere uma capacidade refinada e eficaz de comunicação com seus semelhantes. Esse fenômeno corrobora o conceito clássico de imagem acústica, proposto por Saussure (2006).

Abreu (ABREU, 2010, p. 10) adiciona que somos a única espécie capaz de referenciar em ausência, ou seja, podemos falar de lugares e assuntos que não estão presentes no momento e na situação da enunciação. A linguagem, além de nos dar o privilégio de transmitir nossa herança cultural aos filhos e acumular conhecimento ao longo das gerações, possibilitou o

desenvolvimento de um dos nossos maiores diferenciais competitivos: a capacidade de planejamento do futuro.

Abreu (2010, p. 11) descreve sucintamente, pela perspectiva cognitivista, os processos envolvidos na interação humana de forma prática:

Mas, como ocorre a comunicação linguística entre os seres humanos? Vamos supor que uma garota diga alguma coisa ao seu namorado. Algo como — Você se importaria se eu ficasse em casa hoje com minhas amigas? Ao dizer isso, uma profusão de ondas sonoras atinge os ouvidos dele e ele, imediatamente, integra esses sons a palavras e frases, âncoras compartilhadas socialmente e mentalmente pelos falantes da sua língua. Ao mesmo tempo em que isso acontece, ele acessa seu “conhecimento enciclopédico de mundo” para atribuir sentido ao que lhe foi dito. Primeiramente, recria o contexto de que tinham combinado ir ao cinema. Percebe, também, que ela está procurando ser educada, usando o verbo importar-se e, mais ainda, no futuro do pretérito “se importaria”. Pode, ainda, imaginar uma porção de outras coisas. Se for um sujeito normal, vai apenas pensar que ela gostaria, nesse dia, de compartilhar a presença das amigas, privadamente. Mas, se for inseguro, pode também imaginar que ela acha que sua companhia é menos agradável do que a das amigas dela e que sua proposta é um indicador de que ela já não tem por ele o mesmo interesse de antes e por aí afora.

A explicação supracitada, explora, de forma didática, diversos níveis de análise linguística. Esses níveis representam uma compartimentação artificial da língua, feita por estudiosos com o intuito de facilitar sua descrição e análise. É possível verificar o nível dos sons ou fonética e fonologia (uma profusão de ondas sonoras atinge os ouvidos dele e ele, imediatamente, integra esses sons a palavras e frases). Vemos também o das palavras, a morfologia, e o das frases, a sintaxe (palavras e frases, âncoras compartilhadas socialmente e mentalmente pelos falantes da sua língua). Observamos o nível da unidade construída acima das frases, o texto, que apresenta o contexto da interação (vamos supor que uma garota diga alguma coisa ao seu namorado). Estão presentes no exemplo de Abreu, também, o nível das intenções com que os textos são produzidos, chamado enunciação, objeto de estudo da Pragmática, ou Teoria dos Atos de Fala (percebe, também, que ela está procurando ser educada, usando o verbo importar-se e, mais ainda, no futuro do pretérito “se importaria”), e o do discurso, que se ocupa do estudo do processamento mental resultante da interação entre os interlocutores, neste caso, o namorado e a namorada (Se for um sujeito normal, vai apenas pensar que ela gostaria, nesse dia, de compartilhar a presença das amigas, privadamente. Mas,

se for inseguro, pode também imaginar que ela acha que sua companhia é menos agradável do que a das amigas dela e que sua proposta é um indicador de que ela já não tem por ele o mesmo interesse de antes).

Assim, podemos verificar que, de fato, linguagem é uma capacidade indissociável das outras faculdades humanas, pois, cognitivamente, nas interações entre falantes, elas se relacionam intimamente para a negociação de sentidos.

3.3 Princípios da categorização

A capacidade de organizar os elementos da natureza em categorias de acordo com suas características serviu, durante os estágios iniciais do desenvolvimento da raça humana, para garantir sua sobrevivência. Quando um membro de uma comunidade primitiva era picado por uma cobra preta e morria intoxicado por seu veneno, por exemplo, os demais atribuíam às cobras a capacidade de matar pessoas com sua picada. O comportamento dos sujeitos desse grupo era influenciado, posteriormente, pela experiência de terem perdido um colega por uma picada de cobra, fazendo com que eles, mesmo se encontrassem cobras de outras cores, as evitassem ou combatessem, a fim de evitar um novo incidente fatal, porque projetaram a forma do animal anterior nos outros. Semelhante processo era utilizado para categorizar as plantas, locais que poderiam servir de abrigo, objetos que poderiam ser usados como ferramenta etc. Obtém-se, assim, diversas categorias, que orientam a comunidade sobre os comportamentos mais adequados a seguir para garantir sua sobrevivência e a perpetuação de seu grupo.

Por intermédio da capacidade cognitiva de categorização podemos formar conceitos e organizá-los em uma rede de conhecimento. Sobre isso, Abreu (2010, p. 21) menciona o seguinte:

Desde Aristóteles até Wittgenstein, as categorias têm sido vistas como caixas abstratas dentro das quais são depositadas as referências dos seres que compartilham propriedades comuns. Três problemas, contudo, chamaram a atenção de estudiosos, sobretudo na segunda metade do século XX:

1 – o sistema da categorização. Quais os princípios que guiam a formação das categorias na mente humana?;

2 – o fato de haver seres que, embora apresentem algumas propriedades comuns a outros seres, não se encaixam adequadamente dentro da categoria desses seres, ficando numa espécie de “zona cinzenta”;

3 - o fato de culturas diferentes apresentarem categorizações diferentes. (ABREU, 2010, p. 21)

Sobre a criação de categorias, Rosch (ROSCH, 1999) explica que a categorização acontece em duas dimensões, uma vertical e uma horizontal, como ilustra a figura adiante:

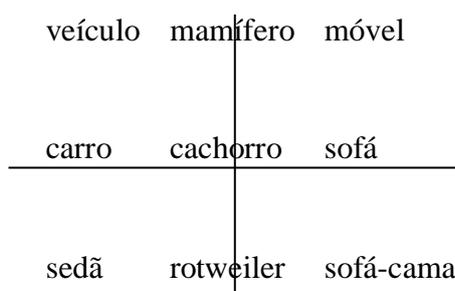


Figura 5 - Categorização: eixos vertical e horizontal (ABREU, 2010, p. 22)

Sobre a primeira questão, a autora conclui que, em termos de funcionalidade comunicativa e economia cognitiva, existe um nível ideal de inclusão, a que chama de categorias de nível básico. É o que acontece com *carro*, *cachorro* e *sofá*. É possível criar imagens mentais de cada um desses itens, apesar das enormes variações que podem existir entre os elementos que fazem parte dessas categorias. O mesmo não ocorre, contudo, com os termos do nível superior (*veículo*, *mamífero* e *móvel*). Desse modo, empiricamente, é muito mais comum observar pessoas dizendo frases como – Minha sala precisa de um *sofá* novo., do que – Minha sala precisa de um *móvel* novo, ou – Minha sala precisa de um *sofá-cama* novo.

3.4 Teoria dos protótipos

A segunda questão está ligada ao nível horizontal, e pode ser elucidada pelas baleias. Apesar de esses animais serem aquáticos marinhos, compartilhando diversas propriedades com os peixes, as baleias amamentam seus filhotes e estes, por sua vez, não nascem a partir de ovos, mas passam por um período de gestação, o que os insere na categoria dos mamíferos.

Rosch (ROSCH, 1975) propõe a existência de representantes prototípicos dentro de cada categoria. Esses representantes são aqueles que apresentam um grande número de atributos comuns à maioria dos membros dessa categoria, sobretudo os que exibem relações de semelhança entre si, refletindo, de modo redundante, seus atributos mais comuns.

A conclusão a que se chega, desse modo, é que, apesar de ser considerada membro da categoria dos mamíferos, a baleia não é o melhor exemplo que se pode ter para ilustrar essa categoria, uma vez que possui diversas características que não são compartilhadas com outros mamíferos.

A importância dessa teoria para os estudos linguísticos reside no fato de que ela nos permite descrever mais adequadamente uma série de fatos gramaticais, como, por exemplo, os processos mudança linguística que levam à gramaticalização.

Abreu (2010, p. 24) evoca o exemplo das conjunções *mas* e *contudo*. Ambas são adversativas, mas, *contudo* é a única que pode ser posta em qualquer lugar da oração, como se vê em:

Ele tinha os documentos, não conseguiu, *contudo*, o visto.

Ele tinha os documentos, não conseguiu o visto, *contudo*.

Com o *mas* é impossível fazer isso:

Ele tinha os documentos, não conseguiu, *mas*, o visto. (*mas* tem funcionalidade comprometida)

A análise dos exemplos nos mostra que a conjunção *mas* é a única que mantém a propriedade inerente à definição canônica de conjunção de ser o elemento que liga uma oração à outra. *Contudo*, que pode assumir qualquer outra posição, não mantém essa propriedade. Podemos dizer, logo, que *mas* é uma conjunção prototípica, mas *contudo* e outras como *entretanto*, *todavia* e *porém*, não são prototípicas, pois gozam de mobilidade quanto à posição que podem ocupar na oração subordinada.

O estudo das conjunções adversativas citadas no eixo diacrônico endossa essa análise, uma vez que, séculos atrás, elas eram advérbios ou locuções adverbiais de reforço, sempre usadas em conjunto com o *mas*, como no exemplo a seguir:

Ele tinha os documentos, *mas*, *contudo*, não conseguiu o visto.

Posteriormente, por contiguidade, esses advérbios e locuções adverbiais ficaram impregnados pelo significado de *mas* e sofreram um processo de gramaticalização, tornando-se por sua vez, conjunções e locuções conjuntivas. Elas não são, contudo, conjunções prototípicas, pois mantêm, até hoje, sua propriedade adverbial de figurar em qualquer parte da frase, como nos exemplos de Abreu (2010, p. 26), a seguir:

Ele foi a Roma, entretanto não viu o Papa.

Ele foi a Roma, não viu, entretanto, o Papa.

Ele foi a Roma, não viu o Papa, entretanto.

A teoria dos protótipos dá suporte a análises que vão além das classes de palavras. Existe a possibilidade de uma unidade lexical ficar categorizada em uma espécie de “zona cinzenta”, fazendo parte de duas categorias. Um exemplo disso, do ponto de vista semântico, é o verbo *ir*. Esse verbo era, em momentos mais longínquos de sua diacronia, usado somente em sentido mais concreto, para se referir apenas a deslocamento espacial. Com o avanço do tempo, esse sentido foi transposto de um domínio mais concreto, o do espaço, para um mais abstrato, o do tempo. Hoje em dia, é comum verificar exemplos em que o verbo *ir* figure nos dois domínios, como em:

Meus pais vão comprar uma casa em Recife no próximo ano.

(O verbo *ir* serve de suporte ao verbo *comprar* para indicar ação futura, denotando deslocamento no tempo.)

Meus pais vão a Recife duas vezes por ano.

(O verbo *ir* atua de modo prototípico, como verbo de movimento, denotando deslocamento no espaço.)

3.5 Categorização e cultura

A influência da cultura sobre a categorização representa a terceira questão. Como vimos, há uma coisa que os seres humanos fazem muito bem: observar, descrever e classificar os elementos do mundo. As crianças fazem isso de forma instintiva, quando elegem os alimentos de que gostam e os de que não gostam. Elas criam, desse modo, “caixas abstratas”, onde adicionam, ao longo da infância (e da vida), mais e mais itens. O que chama atenção nesse processo é a variação dos critérios de categorização. Duas crianças dificilmente categorizarão de forma idêntica, entre “gosto” ou “não gosto”, uma lista com vinte alimentos, por exemplo, uma vez que os critérios de escolha são de cunho pessoal.

Avançando da a esfera pessoal para o âmbito da comunidade, é possível observar, também, alguns padrões de categorização que variam entre grupos sociais distintos. Lakoff, na obra *Women, fire and dangerous things* (LAKOFF, 2008) aborda esse aspecto da categorização estudando uma língua aborígine australiana chamada Dyrbal, cujos falantes criaram um tipo de categoria que coloca numa mesma “caixa abstrata” mulheres, fogo e coisas perigosas, incluindo também pássaros não perigosos.

As influências da cultura são tão marcantes que podem tocar até representações de tempo. Os pesquisadores Lynden Miles, Katarzyna Karpinska, Joanne Lumsden, C. Neil Macrae (MILES *et al.*, 2010), da Universidade de Aberdeen, no Reino Unido, ilustram essa questão com a língua aimará, idioma falado na região da cordilheira dos Andes. Em oposição aos falantes de português e inglês, que, dentro de uma relação corporificada com a linguagem, consideram que o futuro fica “adiante”, e o passado “para trás”, os falantes de aimará categorizam esses conceitos de forma contrária, sendo futuro “para trás” e passado “adiante”. Segundo Núñez e Sweetser (NÚÑEZ; SWEETSER, 2006), esse mapeamento mental de tempo fica evidente, também, na linguagem corporal dos falantes, cujos gestos ligados ao conceito de tempo seguem a lógica apresentada. A motivação para isso, de acordo com o grupo britânico, é que para os ameríndios dos Andes, o passado é conhecido, portanto, como temos os olhos na parte da frente da cabeça, ele é representado “adiante”, como se estivesse diante de suas vistas. O futuro, em contrapartida, é desconhecido, e, como podemos ver o que está atrás de nós, ele é representado “atrás”.

Abreu (2010, p.27) oferece como exemplo a língua indígena brasileira Suyá, do grupo Macro-Gê, que vive no Parque do Xingu. Nessa língua os substantivos possuem um sufixo que indica que o ser nomeado é humano. Para eles, a palavra que nomeia a galinha também possui esse sufixo pois os falantes de Suyá acreditam que essas aves são membros da sua família. Elas vivem dentro de suas ocas, como se fossem parentes. Matar uma arara para alimentar-se, por exemplo, é comum entre os membros desse grupo, mas jamais fariam o menor mal a uma galinha, por guardarem relações fraternais com elas.

A cultura desempenha, portanto, um papel fundamental nas categorizações relativas às línguas. O caso dos substantivos contáveis e incontáveis em inglês, em relação a seus correspondentes em português, traz à tona esse aspecto. Móvel, informação, evidência e joia são, em português, substantivos contáveis, e podem receber, dessa forma, marcas de plural.

Seus correspondentes em inglês, *furniture*, *information*, *evidence* e *jewelry*, por outro lado, são incontáveis, e são usados apenas no singular.

No que se refere a gênero, a categoria do neutro está presente em algumas línguas, como o Latim, por exemplo. Sobre masculino e feminino, contudo, a linha que os separa sofre, também, influência cultural. Para substantivos como leite, nariz, sal, sangue e mel, todos masculinos em português, temos os correspondentes em espanhol femininos *leche*, *nariz*, *sal*, *sangre* e *miel*. O inverso ocorre com os substantivos masculinos *equipo*, *pantalón*, *análisis* e *color*, em espanhol, que têm como correspondentes, em português, equipe, calça, análise e cor, todos femininos.

3.6 Linguagem corporificada e esquemas de imagem

A tradição cartesiana, que propõe a divisão entre mente e corpo, não tem lugar nos modernos estudos da neurociência. Uma das premissas neste campo é a de que nossa percepção da realidade é construída pelo formato forma com que nosso corpo interage com o mundo a nossa volta em termos de locomoção, movimento e experiência sensorial. A forma como lidamos com elementos incontáveis ilustra essa influência que o corpo exerce nas escolhas linguísticas. Apesar de termos desenvolvido unidades de medida precisas e práticas, organizadas em diversos sistemas, quando o contexto comunicativo não exige tal precisão, a quantificação com base no nosso corpo é marcada em termos como *punhado*, *palmo*, *braçada*, *passos* e *pés*.

O corpo humano serve, também, de referência para conceitos espaciais como frente, trás, esquerda, direita, alto e baixo. Abreu (2010, p.30) complementa dizendo que:

Como somos seres bípedes, temos de nos manter em equilíbrio constante e, como somos seres móveis, podemos deslocar-nos continuamente. Nos tempos primitivos, dirigíamo-nos para onde havia frutos que podíamos coletar ou animais que podíamos caçar e, modernamente, em direção ao nosso trabalho ou a locais de lazer. Durante nossos trajetos ou interação com seres e objetos, enfrentamos muitas vezes obstáculos que temos de remover, quando temos capacidade física para isso, ou dos quais temos de desviar, em caso contrário.

Em tempos remotos, morávamos dentro de cavernas; hoje, em casas ou apartamentos.

Partindo dessas interações concretas entre nosso corpo e o ambiente em que vivemos, Lakoff e Johnson (LAKOFF; JOHNSON, 1999) apresentaram um modelo teórico chamado esquemas de imagem. Eles defendem que esses esquemas são padrões estruturais recorrentes em nossa experiência sensório-motora que, quase sempre, servem para estruturar conceitos complexos.

Para andar, as pessoas têm de assumir e manter posição ortostática, o que origina o esquema de EQUILÍBRIO (BALANCE, em inglês). Nossa locomoção de ponto a ponto enseja o esquema de PERCURSO, composto por três elementos: ORIGEM, TRAJETO e META (SOURCE-PATH-GOAL, em inglês). Quando em percurso, é possível nos encontrar com alguém ou com algo. Temos, então, o esquema de CONTATO (CONTACT). O caminho pode nos apresentar obstáculos, como uma porta fechada, o que caracteriza o esquema de BLOQUEIO (BLOCKAGE). Podemos aplicar a força do nosso braço e abrir a porta. Temos, então, o esquema de DINÂMICA DE FORÇAS (FORCE-DYNAMICS), por meio do qual exercemos controle sobre o obstáculo. Podemos entrar em um edifício ou em um automóvel; podemos pôr alguma coisa dentro dos nossos bolsos. Temos, então, o esquema de CONTAINER.

O esquema de CONTAINER é composto por três partes: dentro, fora e uma fronteira. É esse esquema que estrutura conceitos cognitivos presentes em frases como ‘a compra de empilhadeiras novas está fora do *budget* de 2017’, em que *budget* representa a fronteira, uma espécie de recipiente, que contém o capital disponível para investimento 2017. Dizer que a compra de empilhadeiras está fora do *budget* é dizer que o dinheiro que a empresa possui para investir em 2017 não pode ser usado para esse fim.

Os esquemas de imagem têm sido utilizados por linguistas para analisar e descrever seus dados e têm recebido aprimoramentos por meio da proposição de novos esquemas, complementando a gama apresentada inicialmente por Lakoff. Merece destaque a contribuição de Peña (PEÑA, 2008), que organiza os esquemas de imagem em uma rede topológica geral, hierarquizando-os. Para ela, o esquema primário é o de BOUNDED REGION, região delimitada, em português. Caso essa região se limite a apenas uma dimensão, ela dá suporte ao esquema de PERCURSO (PATH). Se ela tem duas dimensões, emerge o esquema de

SUPERFÍCIE (SURFACE). Em última instância, temos o esquema de CONTAINER, quando a região compreende três dimensões. A proposta de Peña (PEÑA, 2008) enriquece a concepção dos esquemas de imagem, pois resolve questões em que o esquema de CONTAINER, puramente, era insuficiente. Sobre esse aspecto, Abreu (2010, p. 31) nos provê a seguinte ilustração:

Uma sala, por exemplo, seria um exemplo prototípico de CONTAINER, mas uma mesa também poderia ser um CONTAINER. Como estabelecer, contudo, a diferença entre esses dois tipos de CONTAINER? Com a proposta de Peña, a mesa seria uma SUPERFÍCIE. Cria-se, assim, segundo ela, um conceito mais maleável de fechamento e separação. Uma entidade numa superfície está parcialmente fechada nela. Trata-se de uma separação relativa. Já se essa entidade estiver num CONTAINER, estará totalmente fechada ou totalmente separada. A partir dessas imagens, é possível agregar imagens subsidiárias. A partir do CONTAINER, por exemplo, teremos duas imagens subsidiárias: CHEIO-VAZIO (FULL-EMPTY) e EXCESSO (EXCESS).

O esquema PERCURSO dá subsídios a outros, como FRENTE-TRÁS (FRONT-BACK). Os esquemas PERTO-LONGE (NEAR-FAR) e CONTATO (CONTACT), estão, por sua vez, ligados ao de SUPERFÍCIE. Ainda ligado a esse esquema, temos CENTRO-PERIFERIA (CENTRE-PERIPHERY), valorizando o centro como mais importante e o periférico como menos importante. O esquema de DINÂMICA DE FORÇAS (FORCE-DYNAMICS) se fundamenta no contato dinâmico entre duas entidades. Existe, também, o esquema de LIGAÇÃO (LINK), em que temos duas ou mais entidades, uma configuração e uma conexão entre elas. As entidades podem ser iguais ou pode haver uma dominante. Exemplo:

Já se estabeleceu uma ligação entre o cigarro e doenças cardíacas.

(Controle do consumo do tabaco sobre doenças cardíacas).

A origem de todos esses esquemas é a interação concreta de nosso corpo com o ambiente em que vivemos e temos nossas experiências diárias. Eles são evocados instintivamente a toda

hora para fazer projeções metafóricas. Essas projeções são facilmente decodificadas pelos interlocutores no instante em que estabelecem ligações com suas próprias experiências, que caracterizam seu conhecimento enciclopédico de mundo.

Adiante, temos alguns exemplos de enunciados baseados nesse tipo de recurso linguístico.

PERCURSO

A implantação da nova linha de produção ainda tem muito a *caminhar*.

Estamos quase *no fim* do expediente.

A economia *está estacionada* há muito tempo.

CONTAINER

Matemática *não entra* na minha cabeça.

Ela está com o diabo *no corpo*.

Minha mãe ainda vive *em minha memória*.

EQUILÍBRIO

Ela deu um *passo em falso*.

A balança comercial ficou *desequilibrado* em 2016.

A recessão *balançou* as vendas no último trimestre.

LIGAÇÃO

Mantenha-se em *contato* comigo. (*Be in touch*, em inglês)

DINÂMICA DE FORÇAS

Presidente *entra em rota de colisão* com líder do partido no congresso.

O novo CEO vai ter de *remover* alguns obstáculos importantes esta semana.

EXCESSO

A queda das vendas, para mim, foi a *gota d'água*.

A seguir, em resumo, temos o esquema ilustrativo dos principais esquemas de imagem, relacionados em rede, de acordo com a proposta de Peña (op. cit.):

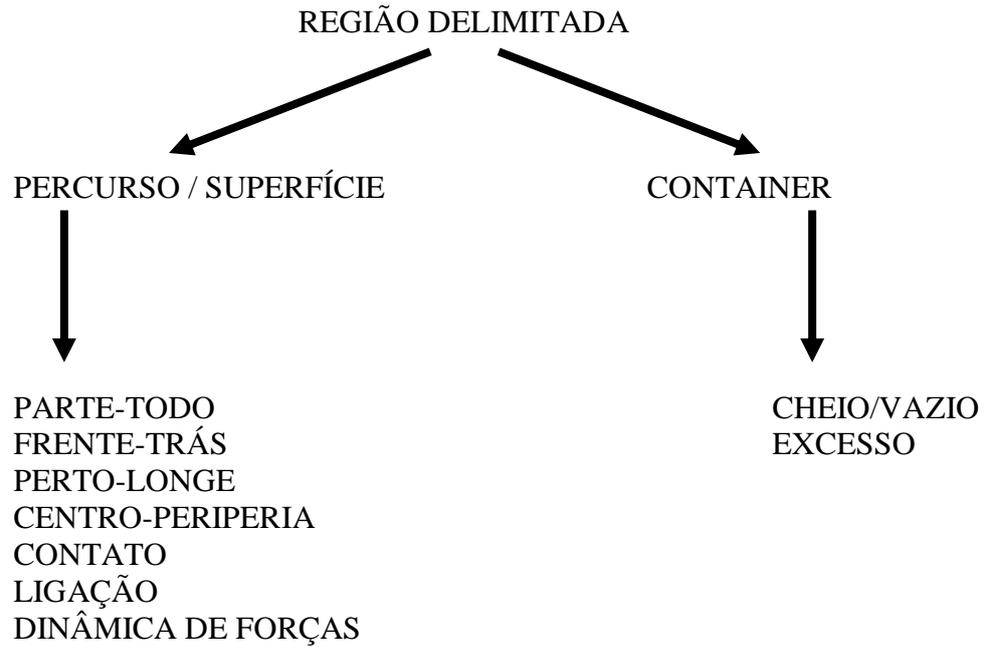


Figura 6 – Esquemas de imagem hierarquizados (ABREU, 2010, p.35)

3.7 Frames

Quando falamos em futebol, nossa mente recupera todas as informações enciclopédicas que temos a respeito desse esporte e cria uma espécie de quadro mental a partir desses elementos. Evoca-se, primeiramente, a ideia de um campo gramado, em seguida, dois times, cada um com onze jogadores, uma bola, árbitros, torcida, estádio, divisão do tempo de jogo em duas etapas de quarenta e cinco minutos, transmissão via televisão, narradores expressivos e assim por diante. Pode haver variação em alguns itens dessa lista, como, por exemplo, times com menos jogadores, ou, em vez de um campo com grama natural, um gramado artificial ou uma quadra de cimento, mas, em sentido prototípico, o esporte que conhecemos como futebol precisa da combinação da maioria desses componentes para que seja considerado, de fato, futebol. Esse domínio semântico que se ativa por meio de uma palavra ou construção gramatical é o que chamamos de *frame*. Abreu (2010, p. 37) ratifica que *frame* constitui o domínio semântico vinculado a uma palavra, formado tanto por um conjunto de elementos prototípicos, que pode ser considerado uma espécie “núcleo duro”, como também por outros elementos vinculados à imaginação.

O caráter imaginativo dos *frames* se evidencia, por exemplo, pelo fato de que não é preciso ter participado ativamente de uma partida de futebol para conseguir ativar este *frame*. Alguém que nunca tenha jogado esse esporte, ou atuado como árbitro ou narrador, por exemplo, pode, perfeitamente, criar uma representação mental dele por meio da imaginação. Ademais, quando se fala em futebol, podemos, ainda, associar a essa palavra as emoções das vitórias de nosso time favorito, ou a tristeza de suas derrotas, ou, até mesmo a experiência negativa de uma briga entre torcidas e tudo mais que nossa imaginação permitir.

Os *frames* também são compostos por aspectos culturais, o que implica mudanças históricas. O substantivo *recomendação*, por exemplo, é hoje utilizado, quase unicamente, para designar conselho, advertência ou aviso. Entretanto, até o século XIX, era comum as pessoas utilizarem esse termo no plural com o intuito de dar provas de cortesia, cumprimentos, saudações ou lembranças, em construções orais ou como fechamento de cartas, como, por exemplo, “e mande minhas mais carinhosas recomendações à sua mãe”, traduzido de um trecho de ‘A importância de ser prudente e outras peças’, de Oscar Wilde (2011). Outro exemplo é a palavra *torpedo*, originalmente do domínio bélico, usada para nomear um engenho explosivo autopropulsionado destinado a afundar embarcações, mas que, hoje, evoca domínio semântico diferente, o das telecomunicações, e serve para se referir a mensagens de texto do tipo *SMS* (do inglês *Short Message Service*), trocadas entre telefones móveis.

É pertinente registrar que o conjunto de elementos que compõem um *frame* não é fechado, e inclui, também, dados de nossa experiência individual. Como ilustração, no caso da palavra *torpedo*, é possível que, para um oficial da marinha brasileira, o primeiro domínio semântico que ele recupere seja o dos armamentos das corvetas e fragatas onde trabalha, diferentemente, por exemplo, de um adolescente, que não conhece detalhes sobre os armamentos da marinha, mas se comunica com seus amigos por meio de mensagens de texto em seu telefone celular, atribuindo a *torpedo*, desse modo, sentido no contexto das telecomunicações.

3.8 Scripts

A ordem cronológica em que os acontecimentos prototípicos de um frame se desenvolvem, em termos culturais, recebe o nome de *script*. É o que Kovecses (KOVECSES, 2006) classifica como uma espécie de roteiro de uma situação estereotipada em uma cultura em que eventos se desenrolam através do tempo.

Na cultura brasileira, quando falamos em aniversário, por exemplo, além de associação com as ideias de festa, presente, convidados, bolo, doces, comida, bebidas etc., nossa mente cria, também, um *script* ou roteiro para a comemoração do aniversário: primeiro os convidados chegam ao local combinado para a comemoração, trazendo consigo um presente, em seguida, são servidos os pratos salgados e as bebidas. Após algumas horas de interações animadas entre os convidados e o aniversariante, é chegado o momento de cantar parabéns a você. Todos os convidados se colocam de pé, apagam-se as luzes, acendem-se as velas sobre o bolo e todos entoam a canção enquanto batem palmas. Logo em seguida, o aniversariante corta o bolo, e são servidos os doces que enfeitavam a mesa. O primeiro pedaço de bolo é entregue a uma pessoa que ocupa uma posição especial na vida do aniversariante. Pouco depois da entrega de fatias de bolo aos convidados, alguns deles começam a se despedir e deixar a festa. De modo estereotipado, assim acontecem as festas de aniversário no Brasil. É uma ordem que não pode ser alterada. O bolo não pode ser cortado e servido nos primeiros dez minutos da festa, por exemplo. Da mesma forma, não é comum a este tipo de celebração que se sirva doce de abóbora no lugar de bolo.

Como os *scripts* são construções culturais, eles permitem um ganho de economia linguística, ao passo que estabelecem, em poucas palavras, ideias complexas. Quando alguém diz que caiu na malha fina, no Brasil, quase automaticamente, nosso cérebro completa a expressão com as palavras ‘da Receita Federal’. Por exemplo, recorrendo ao *script* da entrega da declaração de imposto de renda, sabemos que os técnicos do governo encontraram alguma inconsistência na declaração da pessoa e exigiu explicações. A malha fina só convoca contribuintes nessa condição, e acontece após o término do prazo regular de entrega das declarações ao fisco, nunca antes.

3.9 Metáfora

As últimas três décadas, no mundo ocidental, viram a proliferação de trabalhos sobre metáfora. É mister mencionar o primeiro, que deu início a extensos esforços na revisão desse conceito, intitulado *Metaphors we live by*, publicado por Lakoff e Johnson, em 1980. O estudo deles fez duas valiosas contribuições. A primeira foi demonstrar que a metáfora não se restringe a uma figura de linguagem exclusiva da literatura erudita, mas, age como recurso conceptual no dia a dia das pessoas comuns, principalmente quando há o envolvimento das emoções. Do ponto de vista funcional, a metáfora oferece aos usuários da língua a oportunidade de expor conceitos complexos e abstratos em termos de outros, concretos e empiricamente mais experimentados, contribuindo, assim, para a inteligibilidade e a economia linguística.

Pessoas de baixa ou nenhuma escolaridade, inclusive analfabetos, comumente usam metáforas como:

Fiquei com o coração partido.

Minhas costas estão me matando.

A segunda contribuição foi simplificar a descrição do fenômeno, dizendo que a essência da metáfora é experienciar um tipo de coisa em termos de outra (LAKOFF; JOHNSON, 1980).

Segundo esses autores, a metáfora se dá por uma transposição de domínios. Escolhe-se alguma coisa em um domínio de origem e transpõe-se para um domínio alvo. Exemplo:

Seu namorado é um lixo.

Domínio de origem → Domínio alvo

lixo

namorado

Aqui, são ativados os frames de ambos os domínios. Para *lixo*, temos traços como refugo sujo, inadequado, inútil e em más condições, de odor ruim e descartável. A frase acima seria utilizada em um contexto em que o namorado em questão tenha causado algum tipo de desagrado à namorada. Por meio da transposição de elementos do primeiro frame para a unidade lexical *namorado*, construímos mentalmente sentido para a frase emprestando algumas características de *lixo* para *namorado*.

Nesse exemplo, o sentido alcançado é o de que o namorado é inadequado e deve ser descartado, mas não, necessariamente, tenha mal cheiro ou seja sujo. O que ocorre é a desabilitação dos atributos do primeiro domínio que não se encaixam bem no segundo, de acordo com a intenção do enunciador.

Esse processo de desabilitação se explica pela teoria da *Gestalt*, de que tratamos a seguir.

3.10 A psicologia da Gestalt

Esse substantivo de origem alemã, sempre escrito com inicial maiúscula, embora possa ser traduzido por *forma* ou *configuração*, tem se perpetuado como um estrangeirismo, pois seu conceito não possui correspondente exato em português.

A psicologia da *Gestalt* é uma corrente da psicologia moderna, que surgiu, em meados do século XX, na Alemanha pela pesquisa de teóricos como Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka e Kurt Lewin.

Essa doutrina sustenta que a mente configura, através de diversas leis, os elementos que chegam a ela mediante a percepção ou a memória. A psicologia da *Gestalt* afirma que o todo é mais do que a soma das suas partes. Seu aspecto mais divulgado é a oposição figura-fundo, trabalhada por Friedrich Perls¹³.

Entre as principais leis anunciadas pela corrente *Gestalt*, destacam-se a *lei da pregnância*, que se materializa pela a tendência da experiência perceptiva em adotar as formas

¹³ PERLS, F. S. **A abordagem gestáltica e testemunha ocular da terapia**. Guanabara Koogan: São Paulo, 1988.

mais simples possíveis, *a lei do fechamento*, que prevê que a mente acrescenta os elementos em falta para completar uma figura, *a lei da semelhança*, pela qual a mente agrupa os elementos similares em uma só entidade, *a lei da proximidade*, que indica o agrupamento parcial ou sequencial de elementos, com base na distância, *a lei da segregação* ou *simetria*, que considera que, ao longe, as imagens simétricas são captadas como sendo um único elemento e a *lei da continuidade*, em que os detalhes que mantêm um padrão ou uma direção tendem a ser agrupados, como fazendo parte de um modelo.

A imagem abaixo representa um exemplo prático da *lei da segregação* ou *simetria*. Dependendo do foco que se assume entre figura e fundo, podemos interpretá-la de duas maneiras distintas: trata-se de um cálice branco à frente de um fundo preto ou, vemos a silhueta negra dos rostos de duas pessoas de perfil, frente a frente, em oposição a um fundo branco.



Figura 7 - Lei da segregação ou simetria.

Convém fazer a distinção entre a psicologia da *Gestalt* e a *Terapia Gestalt*, que pertence à psicologia humanista e se caracteriza pela sua intenção de desenvolver o potencial humano. Para este trabalho, é relevante a psicologia da *Gestalt*.

Do ponto de vista prático, uma *Gestalt* se “fecha” quando o interesse de alguém é atendido dentro de uma situação em que seu objetivo se destaque de todo o resto, numa espécie de oposição figura-fundo. Para ilustrar, podemos citar o caso em que uma pessoa vai à padaria para comprar um pão francês. Chegando lá, ele cumprimenta outros clientes e se depara com uma grande gama de confeitados, doces e pães de outros tipos. Seu interesse, contudo, continua sendo comprar um pão francês. No momento em que ele recebe o pão do funcionário da

padaria, dirige-se ao caixa, paga e deixa o local, ele fecha sua *Gestalt*. Para essa pessoa, os demais clientes que ele encontrou, todos os produtos da padaria, o atendimento no caixa e o dinheiro que ele usou para pagar por seu pão, tudo funcionou apenas como fundo. O pão francês era sua figura.

O conceito de *blend* (mesclagem, em português), usado para descrever processos cognitivos semelhantes, proposto por Gilles Fauconnier e Mark Turner (apud (EVANS; GREEN, 2006), é, também, bastante produtivo. Temos, adiante, uma ilustração de seu funcionamento:

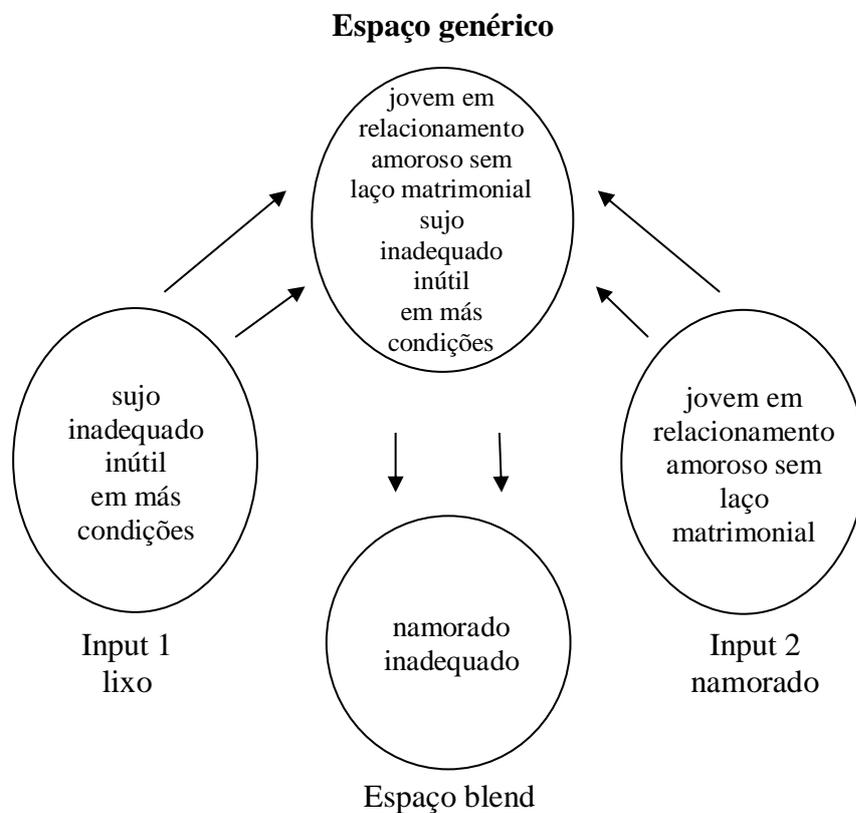


Figura 8 - Representação de blend

As duas linhas de raciocínio são úteis à Linguística Cognitiva para explicar os processos de habilitação e desabilitação de atributos em projeções entre domínios diferentes, como acontece no uso metafórico das palavras. Após as considerações sobre Complexidade, veremos, em mais detalhes, o funcionamento dos *blends*.

3.11 Complexidade

A categoria de fenômenos naturais relacionados às teorias dos sistemas complexos, do caos, da auto-organização e à sinérgica são descritos por uma abordagem científica e filosófica denominada “teoria da complexidade”.

Essa a abordagem, ou perspectiva, da complexidade surgiu, simultaneamente em disciplinas diferentes, como, por exemplo, na Biologia, na Física e nas Ciências da Computação, nas décadas de 1940 e 1950. Atualmente, ela representa uma abordagem multidisciplinar, não apenas, às Ciências Exatas, mas também às Ciências Biológicas, e à outras áreas, como a Economia, a Sociologia, a Antropologia e a Linguística.

Para este trabalho, o conceito de língua como sistema adaptativo complexo é de extrema importância. A seguir, Pickering (PICKERING, 2012) nos oferece, de forma sucinta, um panorama histórico sobre a evolução dessa perspectiva:

Embora Roman Jakobson, na década de 1960, ao fazer referência a alguns dos primeiros teóricos da complexidade, tenha argumentado que a linguagem humana é um sistema "auto-dirigido" (self-steering) ou "teleonômico" (JAKOBSON, 1990, p. 474, 483), a perspectiva da complexidade só começou a ser desenvolvida na linguística nos anos 80 (cf. a revisão da literatura em KE, 2004, p. 26 et seq.). Em 2006 e 2008, números especiais dos periódicos *Applied Linguistics* (2006) e *The Modern Language Journal* (2008) foram dedicados ao tema da complexidade e aprendizagem e uso de línguas. Talvez o tratamento mais abrangente da teoria da complexidade na linguística aplicada seja o livro *Complex Systems in Applied Linguistics*, de Diane Larsen-Freeman e Lynne Cameron (2008). Em 2009, alguns importantes linguistas e estudiosos de outros campos elaboraram o trabalho intitulado "Language Is a Complex Adaptive System: Position Paper" (BECKNER et al., 2009), que apresenta uma visão da complexidade da linguagem como alternativa às teorias gerativas de gramática e aquisição.

A teoria da complexidade trata de sistemas complexos, ou seja, um sistema, em oposição a um mero conjunto ou coleção de elementos. A unidade, ou totalidade do sistema, emana de um grupo de elementos inter-relacionados. Sistemas complexos são compostos de elementos heterogêneos em constante interação entre si. Além disso, tais sistemas encontram-se em constante mudança e, por essa razão, são caracterizados como dinâmicos. Sistemas complexos

são, também, não-lineares¹⁴; de um modo geral, e, portanto, imprevisíveis. Causas relativamente pequenas (ou aparentemente insignificantes), por exemplo, podem produzir grandes efeitos, e grandes causas podem produzir efeitos insignificantes. Um sistema complexo nunca se apresenta inerte, mas se mantém em um estado dinâmico, ainda que possa parecer relativamente estável. Esse estado é denominado "distante do equilíbrio termodinâmico", e é constantemente instanciado por meio da entrada de energia proveniente do ambiente externo. Exemplos prototípicos desses sistemas são um furacão, uma colônia de formigas, o sistema imunológico em organismos multicelulares e a *internet*.

Um aspecto relevante à Linguística é que, pelo fato de a linguagem ser essencialmente adaptável e variável, podemos considerá-la um “sistema adaptativo complexo”.

Segundo Abreu (2013, p. 230),

Eventos complexos são fenômenos que emergem produzindo desordem, sem necessidade de nenhuma “mão invisível” para isso e, em seguida, voltam a uma nova ordem. Um exemplo clássico é um engarrafamento de trânsito por excesso de veículos. Surge do nada e também do nada deixa de existir. Essa característica ordem → desordem → ordem é, portanto, característica básica da complexidade. Sistemas complexos obedecem ao mesmo princípio. A bolsa de valores, o tráfego aéreo e o corpo humano são sistemas complexos. Uma de suas características básicas é a adaptabilidade. No caso do corpo humano, nossas mãos foram feitas para pegar coisas, mas podemos adaptá-las para tocar piano; nossos pés foram feitos para caminhar, mas podemos adaptá-los para jogar futebol. (ABREU, 2013, p. 230)

Por que um administrador de empresas prefere usar os termos *startup* em vez de ‘empresa nova baseada em uma proposta de produto ou serviço inovadora’, *network* em vez de rede de relacionamentos pessoais e profissionais ou *tradeoff* em ‘vez de abrir mão de uma coisa para obter outra’? A teoria do caos, por meio do conceito de atratores (ou atratores estranhos, do inglês *strange attractors*), nos oferece subsídios para responder a perguntas como essa, pois nos ajuda a entender as motivações por trás das construções linguísticas que optamos por fazer. Uma visão simplista atribuiria o uso desses anglicismos a mero modismo, mas, sob a ótica cognitivista, tratam-se de escolhas feitas com base em razões complexas, como economia

¹⁴ Não-linearidade é um termo matemático referindo-se a mudanças que não são proporcionais ao *input*. (LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008).

linguística, por exemplo. Abreu (2013, p. 231) descreve os atratores como “motivações em direção às quais um sistema dinâmico evolui”. Ele divide, de modo aproximado, os atratores em gerais e específicos. Entre os gerais, podemos relacionar sentido, economia, tipologia da língua, fatores culturais e sociais, contiguidade, contexto e inferência pragmática. Entre os específicos estão corporificação, esquemas de imagem e integração conceptual ou *blending*, que abordamos, em detalhes, a seguir.

3.12 *Blending*: operações de integração

Blend é um termo inglês que significa misturar, combinar coisas. Na literatura sobre Linguística Cognitiva de países lusófonos, é possível encontrar os termos *mesclagem* e *integração conceptual* usados para se referir a esse fenômeno. Esse conceito é empregado nos estudos cognitivos para descrever fenômenos ligados à gênese de ideias. Segundo Turner (TURNER, 2014), *blends* são combinações entre dois elementos conhecidos para a criação de um terceiro, novo. Os *blends* ocorrem em uma rede de espaços mentais que compõem nossa memória de trabalho, onde são ativados os conceitos para manipulação em tempo real.

Metáforas e metonímias são construídas a partir de *blends*, mas sua funcionalidade não se restringe ao âmbito linguístico. Fora do âmbito linguístico, os *blends* estão presentes não apenas nas grandes inovações, mas também em atividades corriqueiras. As primeiras manifestações de *blends* conhecidas se referem a combinações entre pedras e pedaços de madeira para a confecção de ferramentas por nossos ancestrais pré-históricos. A arqueologia também apresenta evidências de *blends* entre conceitos mais avançados. O *lionman*, por exemplo, é uma estatueta de marfim de aproximadamente 32.000 anos, encontrada aos pedaços em uma caverna no sul da Alemanha em 1939. A peça foi totalmente restaurada em 1998 e representa uma combinação entre homem e leão. É possível perceber nela características dos dois seres, mas não se pode afirmar que se trata de um homem, e tampouco de um leão, trata-se de um terceiro elemento, que compartilha algumas características de homem e outras de leão. A estatueta ilustra, portanto, nossa capacidade de combinar conceitos conhecidos para criar um novo, traço fundamental do exercício da criatividade humana.

Os *blends* têm grande importância para o desenvolvimento das civilizações porque agem, também, como ferramenta de compressão de conceitos abstratos, como o tempo, para uma escala de manipulação humana. Dessa forma, conseguimos relacionar fatos do passado com os do presente, e prever efeitos no futuro com base em evidências. Turner (op. cit.) ilustra a questão com o conceito do dia cíclico, que trata da compressão das partes do dia. Por meio desse *blend*, é possível utilizar frases como “o parque fecha às 17 horas”. Embora nenhum dia seja exatamente igual a outro, por compressão, conseguimos colocar todos os dias em apenas um e estabelecer um processo cíclico sobre o horário de fechamento do parque, que se repete todos os dias às 17 horas. Dessa forma, é possível observar que os *blends* são ilimitados e estão presentes em todas as nossas interações com o mundo e que eles operam com o tempo cultural, em detrimento do tempo evolucionário. *Blends* podem ocorrer em um segundo, e ser ajustados e transformados segundos adiante, e são responsáveis pela criação e pela manutenção de cultura.

Como vimos, nossa mente também é capaz de criar integrações que nada tem a ver com metáforas e metonímias. Esse processo é parte natural e inerente à existência humana, e ocorre toda vez que integramos uma música ao momento em que conhecemos o amor de nossas vidas, ou certos atos banais como predições de sorte ou azar, como no caso das pessoas que vestem branco na véspera de ano novo para, supostamente, ter sorte no ano que se inicia, ou das que evitam quebrar espelhos para que não tenham de viver sete anos de azar.

3.13 Metáforas primárias

Reiterando o fato de que as metáforas não são apenas dispositivos linguísticos ornamentais, circunscritos ao domínio lírico-literário, Lakoff e Johnson, em *Metaphors we live by*, mostram que existem metáforas usadas regularmente em diversas línguas que representam a maneira como pensamos e agimos, por meio de organizações coerentes da experiência humana. A funcionalidade dessas metáforas confere a seus usuários a um ganho de compreensão de teorias e modelos pela ligação de uma ideia a outra. Recebem destaque as chamadas metáforas primárias. Sobre elas, os autores dizem que os seres humanos inevitavelmente as adquirem em enorme quantidade apenas andando pelo mundo, movendo-se e percebendo coisas de maneira constante (LAKOFF; JOHNSON, 1999).

A seguir, temos algumas delas (LAKOFF; JOHNSON, 1999 apud ABREU, 2010):

Eis algumas delas:

Afeição é quente: Eles me cumprimentaram calorosamente

Importante é grande: Amanhã será um grande dia.

Felicidade é para cima: Estou me sentido pra cima hoje.

Intimidade é proximidade: Nós estivemos muito próximos durante anos, mas estamos nos distanciando cada vez mais.

Dificuldades são pesos: O presidente está debaixo de uma grande responsabilidade.

Similaridade é proximidade: Essas cores não são as mesmas, mas estão bastante próximas.

Escalas lineares são trajetos: A inteligência de Maria vai além da inteligência de Marta.

Organização é estrutura física: Como as peças dessa teoria se encaixam?

Ajuda é sustentação: Eu sustento minha família desde pequeno.

Tempo é movimento: O tempo voa.

Estados de espírito são espaços físicos: Estou perto de uma depressão; a próxima coisa que der errado vai me pôr na beira do abismo.

Propósitos são metas: Ele tem tido sucesso ultimamente, mas ainda não chegou lá.

Conhecer é ver: Estou vendo onde você quer chegar com essa proposta.

As metáforas primárias adquiridas ao longo da vida são construídas a partir das experiências vivenciadas. Estamos felizes e cheios de energia, geralmente nos colocamos em postura ereta, denotando boa disposição, daí a metáfora primária felicidade é para cima. Quando temos um relacionamento forte com alguém, geralmente, colocamo-nos em

proximidade física quando lhe fazemos companhia. Daí, temos a metáfora primária intimidade é proximidade. Esse tipo de metáfora está, quase sempre, ancorada na experiência corporal.

3.14 Metonímia

Quando vemos um amigo passando por nós, dirigindo seu carro, e nos cumprimentamos ao longe, trocando acenos, apenas vemos parte de seu tronco, seus braços e sua cabeça pela janela do veículo. Contudo, nosso cérebro faz uma projeção da parte visível no todo, que é seu corpo inteiro, e conclui que estamos cumprimentando uma pessoa inteira, que está do outro lado da porta do carro. Esse processo chamamos de metonímia. O que ocorre, aqui, é que acessando uma parte, conseguimos projetar o todo (tronco, cabeça e braços → pessoa inteira). Abreu (ABREU, 2010) apresenta o exemplo da foto 3X4, que permite identificação de uma pessoa por meio da imagem de sua cabeça. Desse modo, esse tipo de fotografia faz com que acessemos a informação de que se trata de uma pessoa inteira, gerando, de modo inconsciente, enunciados como “essa é a sua prima”, em vez de “essa é a cabeça da sua prima”.

Diferentemente da metáfora, a metonímia trabalha com apenas um domínio, e não dois. Para quem a utiliza, há uma espécie de compactação, do todo para a parte, e para que a decodifica, ocorre o caminho inverso, da parte para o todo.

Langacker (LANGACKER, 1987) descreve como zona ativa a situação de utilizar a cabeça de uma pessoa para identificá-la. Fenômeno semelhante ocorre quando alguém menciona que tem, em sua fazenda, algumas cabeças de gado. Kovecses (KOVECSES, 2006) explica que totalidades têm zonas ativas que são inconscientemente identificadas no processo de entendimento de frases que envolvem certas metonímias **TODO PELA PARTE**.

As zonas ativas são, portanto, a parte do todo que se escolhe para criar/direcionar o decodificador. A escolha das zonas ativas depende do foco que se quer dar ao todo, dentro de cada situação concreta. Quando precisamos de ajuda para carregar algo pesado, podemos dizer que precisamos da *mão* de alguém. Para buscar empatia frente a problemas, frequentemente buscamos um *ombro* amigo. Quando nos referimos ao chefe de um bando de criminosos, dizemos que se trata do *cabeça* da organização. As zonas ativas tiveram importante papel na preservação da espécie humana, nos seus primórdios, pois, ao ver partes de animais

potencialmente perigosos, como cobras, ou a juba de um leão escondidos na vegetação, nossos ancestrais mais bem preparados podiam fugir. Ainda hoje, prestam grande ajuda à área dos diagnósticos médicos, que são feitos, em sua maioria, por meio da análise dos sintomas das patologias, que são, como vimos, partes de um todo.

Abreu (2010) menciona que, em quase todas as línguas do mundo, existem máximas vinculadas à metonímia de zonas ativas, e oferece os seguintes exemplos:

Ex digito gigas. (Pelo dedo se conhece o gigante)

The tree is known by its fruit. (A árvore se conhece pelos seus frutos)

Au chant on connaît l'oiseau. (Pelo canto se conhece o pássaro)

Ele adiciona que é por metonímia que podemos ativar modelos mentais, reconhecendo palavras, mesmo que contenham erros de digitação como em:

Pecado é feazr aglo que prjeudca ourta pssoea desecessariamte; f3zer5 a8go q2e nos pr4jl di5a noã é pceado, é b5rr4ce.

Nosso cérebro, quando se depara com trechos como esse, projeta o início e o fim de cada palavra (partes), na palavra como um todo.

É por metonímia que podemos criar e entender enunciados como:

Brasília está vivendo um péssimo momento.

Paris não vai enviar soldados ao Afeganistão.

A Casa Branca acenou para Moscou com uma proposta de acordo.

A metonímia, é, de acordo com Gibbs Jr.¹⁵ (GIBBS, 1994), uma parte fundamental do nosso sistema de conceptualização. Ele comenta os seguintes exemplos:

Washington começou negociação com Moscou.

A Casa Branca não está dizendo nada.

Wall Street está em pânico.

Diz ele que:

Esses exemplos não são expressões singulares arbitrárias, mas refletem o princípio cognitivo geral da metonímia, em que as pessoas usam um aspecto bem entendido de algo para referir-se a coisas como um todo ou a algum de seus aspectos. Todas as expressões acima estão relacionadas ao princípio geral pelo qual um lugar pode referir-se a uma instituição que é projetada como se fosse aquele lugar.¹⁶

É possível constatar, como indica Abreu (Op. Cit.), que a metonímia tem sua base na existência de frames tanto no seu núcleo duro, como no caso das zonas ativas, quanto em outros elementos agregados seja por imaginação, seja por fatores culturais. Esse processo fica evidente quando vemos, por exemplo, doenças que ficam conhecidas a partir dos nomes dos cientistas que primeiro as relataram, como *doença de Parkinson*, descrita pela primeira vez por James Parkinson em 1817, ou a *doença de Chagas*, nomeada em homenagem ao médico e epidemiologista brasileiro Carlos Chagas, que foi o primeiro a descrevê-la em 1908-1909.

¹⁵ GIBBS JR, R. **The Poetics of Mind**, p. 319. No original: Washington has started negotiation with Moscow. / The White House isn't saying anything. / Wall Street is in a panic.

¹⁶ GIBBS JR, R. **The Poetics of Mind**, p. 320. No original: These examples are not arbitrary single expressions but reflect the general cognitive principle of metonymy, where people use one well-understood aspect of something to stand for the thing as a whole or for some other aspect of it. All of the expressions above relate to the general principle by which a place may stand for an institution located at that place.

Quanto à funcionalidade da metonímia, Kovecses, Gibbs Jr e Abreu, nas obras citadas, descrevem seus aspectos funcionais e os frames, destacando as seguintes funções:

Permitir coesão direta, por meio de referência a elementos do frame de um termo antecedente, como em:

O aniversário estava incrível! A decoração, por exemplo, estava lindíssima.

Nesse exemplo, *decoração*, na segunda frase, retoma o termo *aniversário*, que por sua vez, também configura uma metonímia de *festa de aniversário*. Fazemos isso porque *decoração* e *festa* são parte do frame do todo que é *aniversário*.

Permitir a criação e o entendimento de frases como: *guerra é guerra, mãe é mãe, treino é treino, jogo é jogo*. Esses enunciados, aparentemente tautológicos, colocam em foco um dos elementos de cada um dos frames que evocam. *Guerra é guerra* destaca a crueldade, *mãe é mãe* evidencia amor incondicional, *treino é treino* indica que o intuito é praticar, *jogo é jogo* deixa claro que a situação é séria e exige grande empenho e responsabilidade dos envolvidos.

Permitir o entendimento dos atos indiretos de fala. Sobre essa função, Abreu (ABREU, 2010, p. 62) apresenta o seguinte exemplo:

Quanto alguém diz — Você teria condições de fechar a janela?, para que alguém entenda essa frase como um pedido para que feche a janela, há um conjunto de condições necessárias: 1) a janela deve estar aberta, 2) o falante deve desejar vê-la fechada, 3) o interlocutor deve concordar em que a janela deva ser fechada. 4) ele deve ter condições físicas de acesso à janela e 5) deve haver entre ele e a pessoa que lhe pede o favor, uma relação de hierarquia ou de amizade que licencie o pedido. No ato indireto de fala, o falante seleciona apenas uma parte dessas condições. No exemplo dado, a condição 4).

Fazendo isso, aplicou o princípio cognitivo da metonímia, utilizando uma das condições como figura, deixando as outras como fundo. (ABREU, 2010)

Um pouco adiante, o autor atribui à metonímia outras duas funções. A primeira delas é facilitar o acesso à memória, que ocorre pela ativação de um *frame* todo a partir de uma parte dele. Ele fundamenta esse aspecto no pressuposto de que nossa memória acessa seu conteúdo por meio de contextos, como defende o professor de psicologia de Universidade de Nova Iorque, PhD pelo MIT, Gary Marcus no livro *Kluge* (em português, *Gambiarra*) da seguinte forma:

Nós humanos raramente — talvez nunca — sabemos precisamente onde uma informação está armazenada (além do extremamente vago “em algum lugar dentro do cérebro”) e nossa memória expandiu-se de acordo com uma lógica inteiramente diferente.

No lugar do código postal da memória, nós acabamos fazendo uso do que eu chamarei “memória contextual”: nós puxamos coisas da nossa memória usando o contexto, ou pistas, que nos levam àquilo que estamos procurando.¹⁷ (MARCUS, 2009).

Quando pensamos em *médico*, por exemplo, nosso cérebro acessa facilmente tudo que faz parte de seu contexto, como hospital, consultório, enfermeira, medicamentos, exames etc. A outra é permitir, em alguns casos, o emprego polissêmico das palavras. Abreu (2010, p. 63) ilustra esse caso com o seguinte exemplo:

Quando dizemos que precisamos consultar a carta das marés ou que precisamos renovar nossa carta de motorista, parte do *frame* que permite essa projeção polissêmica é o fato de que, tanto as informações sobre as marés quanto a permissão de dirigir veículos automotores são escritos em papel, da mesma maneira que uma carta (correspondência) o é. (ABREU, 2010, p. 63)

¹⁷ Garry MARCUS. *Kluge: the haphazard construction of the human mind*, p. 21. No original: We humans rarely — if ever — know precisely where a piece of information is stored (beyond the extremely vague “somewhere inside the brain”), and our memory evolved according to an entirely different logic.

In lieu of postal-code memory we wound up with what I’ll call “contextual memory”: we pull things out of our memory by using context, or clues, that hits at what we are looking for.

Um importante desdobramento sofisticado desse fenômeno, em termos cognitivos, é a ativação de espaços mentais, de que tratamos adiante.

3.15 Teoria dos espaços mentais

A ideia fundamental da teoria dos espaços mentais é a de que a linguagem não veicula sentidos, ela apenas os induz. O propositor desse dispositivo teórico, Gilles Fauconnier, o apresentou, em 1994, no livro *Mental Spaces*¹⁸. Por meio da exploração de uma extensa e profunda gama de exemplos, Fauconnier, com a chancela de estudiosos como Mark Turner, Eve Sweetser e George Lakoff, desenvolve a tese de que as expressões linguísticas, em si, não significam, elas representam propostas de significação para que cada pessoa construa sentido a partir de seu conhecimento enciclopédico de mundo e da interação entre sua memória de longo prazo e seu processamento cognitivo em tempo real.

Pelos exemplos de Abreu (ABREU, 2010), a seguir, iniciamos nossas observações:

Cuidado, cão bravo.

Cuidado, crianças.

Sobre essas frases, ele expõe que:

É óbvio que o sentido delas não é dado pela sequência das palavras, mas pelo sentido que atribuímos ao seu conjunto, dentro de nossas mentes, a partir do nosso conhecimento de mundo, que nos diz que cães bravos podem ser perigosos para nós, mas que nós próprios podemos, inadvertidamente, ser perigosos para crianças.

¹⁸ FAUCONNIER, G. **Mental spaces**: aspects of meaning construction in natural language. Cambridge University Press, 1994.

Essa análise corrobora a ideia de que uma visão puramente objetivista de língua é, em casos dessa natureza, insuficiente para descrever e analisar os fenômenos que ocorrem na seara comunicativa. Quando temos contato com um texto falado ou escrito, abrimos o que Fauconnier chamou de *espaços mentais*, ou seja, pequenas parcelas de tempo em nossa memória operacional, ou de curto prazo, em que ocorrem integrações entre nosso conhecimento enciclopédico de mundo, o enunciado e a situação comunicativa, para que, assim, atribuamos sentido às palavras ou expressões.

A seguir, temos mais alguns exemplos e suas respectivas análises.

Deputado petista articula 'Emenda Lula' para blindar candidatos de prisão

Para atribuir sentido a essa manchete, escrita por Matais e Moraes (2017), publicada na primeira página do portal na internet do jornal O Estado de São Paulo, de 15 de julho de 2017, primeiramente, o leitor precisa abrir um espaço mental para estabelecer a relação metafórica presente na expressão 'blindar candidatos de prisão', que integra dois domínios: o da guerra e o da política. Na conjuntura política atual, no Brasil, a possibilidade de prisão de candidatos a cargos eletivos é tão forte que os autores da manchete optaram por falar dela em termos de guerra, como se a prisão representasse um ataque armado implacável, contra o qual suas supostas vítimas (os candidatos investigados por práticas ilícitas) somente poderiam se proteger por meio de uma blindagem (barreira física feita por chapas metálicas ou de outros materiais para oferecer proteção contra projéteis e explosivos). Um outro espaço mental precisa ser aberto para se decodificar o valor semântico da expressão 'Emenda Lula'. Dessa vez, é necessário estabelecer uma ligação entre a metáfora da blindagem e a sentença do juiz Sérgio Moro, publicada em 12 de julho de 2017, na qual Lula, ex-presidente do país, foi condenado a nove anos e seis meses de prisão por práticas criminosas. Além disso, abre-se um terceiro espaço mental, no qual se cria um elo com o fato de que Lula almeja se candidatar novamente à presidência nas eleições de 2018, o que será impossível caso sua condenação seja mantida após recurso em instância superior. A articulação de emenda por um deputado do PT, partido

de Lula, reforça a ideia de que existe um embate de forças entre os defensores de políticos suspeitos e condenados e a justiça.

Adiante, verificamos exemplos de outro tipo, chamados iguais ou semelhantes, que, como registra Abreu (2010), foram analisados pela primeira vez, em 1975, por Ray Jackendoff, em seu artigo intitulado *On belief-contexts*, e retomados por quase todos os linguistas que trabalham com a teoria dos espaços mentais.

A garota de cabelos ruivos tem cabelos castanhos.

O ex-presidente Lula tem dezesseis anos de idade.

A Terra é quadrada.

Ele é mais inteligente do que ele é.

À primeira vista, todos esses exemplos parecem demasiadamente incoerentes. Quando se adiciona a eles argumentos que permitem a abertura de novos espaços mentais, a incoerência se dissipa.

Neste quadro, a garota de cabelos ruivos tem cabelos castanhos.

Nesta fotografia, o ex-presidente Lula tem dezesseis anos de idade.

Abelardo pensa que a Terra é quadrada.

Jarbas acredita que ele é mais inteligente do que ele é.

No primeiro exemplo, o adjunto “neste quadro” pressupõe a existência de duas pessoas, a real e a representada na obra de arte por meio do trabalho de um pintor.

Nos demais casos, o adjunto de lugar e as duas orações principais (pensa, acredita), respectivamente, propiciam a abertura de espaços mentais que lhes permitam atribuição de sentido.

É possível constatar, como revela Abreu (2010), que os espaços mentais que se abrem em nossas mentes para atribuir sentido aos textos dependem dos estados de coisas no mundo real. No próximo exemplo, isso fica bastante evidente. Partiremos de uma situação real em que consideramos a classificação dos municípios brasileiros de acordo com o índice de desenvolvimento humano (IDH), como mostra com a tabela a seguir:

#	Município	UF	IDH (2010)
1	São Caetano do Sul	 São Paulo	0,862
2	Águas de São Pedro	 São Paulo	0,854
3	Florianópolis	 Santa Catarina	0,847
4	Balneário Camboriú	 Santa Catarina	0,845

Figura 8 - Ranking de municípios brasileiros por IDH.

Imaginemos, agora, duas frases comentando a classificação:

Balneário Camboriú não está em primeiro lugar por acaso.

São Caetano do Sul não está em primeiro lugar por acaso.

As duas frases podem ser verdadeiras, simultaneamente, sem contradizer a classificação. Na primeira, o espaço mental que se abre indica que o advérbio *não* modifica o predicado *está em primeiro lugar*. Na segunda, abre-se espaço mental distinto, em que o advérbio *não* afeta o adjunto *por acaso*, já que São Caetano do Sul ocupa, de fato, a primeira posição. O valor semântico dela é o mesmo da seguinte frase: São Caetano do Sul está em primeiro lugar não é por acaso.

3.16 Construção de espaços mentais

Como vimos nos exemplos, o processo de construção de espaços mentais ocorre de forma automática e em tempo real, à medida em que processamos cognitivamente os elementos do enunciado. Sobre isso, Fauconnier (FAUCONNIER, 1994) diz que, levando em conta o status de formas linguísticas, como orações, uma oração que aparece em alguma etapa da construção do discurso conterá vários tipos de informação, indicados por vários dispositivos gramaticais. Estes, portanto, guiam a construção e a conexão de espaços mentais. Abreu (2010) os relaciona da seguinte forma:

- a) informações adicionais, que ele chama de *space builders* (construtores de espaços). Esse tipo de elemento é o que propiciou a atribuição de sentido às frases anteriormente citadas, como *A garota de cabelos ruivos tem cabelos castanhos* e outras. *Neste quadro*, seria, portanto, um construtor de espaço, que elimina qualquer vestígio de incoerência: *Neste quadro*, a garota de cabelos ruivos tem cabelos castanhos. Orações como *ele pensa*, *ele acha*, *é possível*, *é provável*, e auxiliares como *dever*, *poder* e *modalizadores* como *possivelmente*, *aparentemente* exercem função semelhante. Exemplo:

Aparentemente, a vítima já conhecia seu agressor anteriormente.

Nesse caso, o enunciador marca, com o advérbio *aparentemente*, que não tem evidência concreta sobre se a vítima, de fato, conhecia o agressor.

b) tempos e modos verbais. Consideremos a seguinte frase:

Muitos eleitores não acreditam que Lula *seja* criminoso.

O subjuntivo na oração subordinada está em perfeito acordo com o verbo *acreditar* em sua forma negativa na oração principal. Esse tipo de recurso linguístico é de amplo uso em português, sobretudo quando o enunciador tem como estratégia a preservação de faces. Suponhamos, contudo, que ela assumisse a seguinte feição:

Muitos eleitores não acreditam que Lula *é* criminoso.

Quando o falante escolhe usar o indicativo (*é*), no lugar do subjuntivo (*seja*), esse indicativo constrói um espaço mental dentro do qual seu interlocutor entende que, apesar de muitos brasileiros acreditarem na inocência do tal político, ele, enunciador, não acredita.

c) descrições ou anáforas que introduzem novos elementos.

Vejamos a construção a seguir:

Riley Ben King faleceu em consequência de diabetes crônica. Após conviver com a doença por mais de vinte anos, *o lendário cantor e guitarrista norte-americano, conhecido como B. B. King*, encerrou uma carreira de mais de 67 anos.

Nesse texto, a expressão anafórica *o lendário cantor e guitarrista norte-americano, conhecido como B. B. King* abre um espaço mental dentro do qual o leitor pode atribuir um significado a *Riley Ben King*. Esse recurso é especialmente importante, nesse caso, porque, diferentemente dos substantivos comuns, os próprios ganham significado de forma interdiscursiva. Se dissermos que B. B. King tocava *guitarra*, qualquer falante entenderia sem problemas, pois existe uma espécie de consenso sobre o que é uma guitarra e, dessa forma, cria-se uma imagem mental prototípica desse instrumento. No caso do nome Riley Ben King, por não ser esse o nome artístico do cantor e guitarrista falecido, um leitor comum precisa de informação adicional que o ligue ao famoso B. B. King, caso contrário, apenas as pessoas que conheçam seu nome de batismo poderiam entender o enunciado.

- d) informações lexicais que ligam elementos do espaço mental a frames e modelos cognitivos vindos do conhecimento enciclopédico de mundo. Exemplo:

A chefe do executivo não passa de uma *marionete* dos poderosos de seu partido.

Diante de enunciados como esse, o leitor acessa seu conhecimento de mundo a respeito de *marionetes*, que atuam apenas sob o comando de outras pessoas.

- e) marcas de pressuposição. Exemplo:

Horácio parou de bater na mulher?

O verbo *parou* abre um espaço mental de pressuposição, que insere dentro dessa pergunta uma outra, de caráter malicioso - Horácio bate na mulher? Essa questão subentendida, por sua vez, tem como pressuposto uma resposta positiva. Abreu (ABREU, 2012) lembra que esse tipo de recurso linguístico configura uma falácia não formal, conhecida como argumento da pergunta complexa. O objetivo dessa espécie de enunciado é construir um sofisma, ou uma insinuação mal-intencionada, por meio de uma pergunta.

- f) informações retóricas e pragmáticas, veiculadas por palavras como *mas*, apesar disso etc. Exemplo:

Leonardo DiCaprio foi indicado ao Oscar cinco vezes, *mas* nunca ganhou.

Frases desse tipo circularam livremente pela internet até 2016, quando o ator norte-americano, finalmente, após quase vinte e cinco anos de carreira, conquistou a estatueta. Nesse exemplo, a conjunção adversativa *mas* cria um julgamento implícito do ator: o de que ele não é suficientemente competente receber o prêmio.

É imperativo registrar que a classificação aqui apresentada não é estanque e tem base nas primeiras observações de Fauconnier, publicadas em 1994 no livro *Mental Spaces*¹⁹. O próprio Fauconnier, em 2007, revisitando o tema no capítulo que escreveu para a obra *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*, faz a seguinte colocação:

Deve-se enfatizar que os espaços mentais e suas conexões penetram no pensamento e na ação humana, independentemente de a linguagem estar ou não diretamente envolvida (ver Fauconnier e Turner, 2002; Hutchins 2005). Os espaços mentais, portanto, não são diretamente linguísticos, mas uma função central da linguagem é induzir sua construção e elaboração. Como resultado, não há um conjunto fixo de formas em que os espaços mentais

¹⁹ FAUCONNIER, G. **Mental spaces**: Aspects of meaning construction in natural language. Cambridge University Press, 1994.

apareçam. A lista acima recapitula fielmente algumas das construções gramaticais de construtores de espaços (space-builders) encontradas em diversas línguas²⁰. (FAUCONNIER, 2007).

Um dos inúmeros aspectos que pode induzir a abertura de espaços mentais é a prosódia. Uma mulher que descobre que seu marido a está traindo e diz algo como – *Você acha isto bonito?*, com voz ameaçadora, não está, de fato, buscando resposta à pergunta, mas expressando, pelo tom de voz, que reprova a conduta de seu parceiro.

Agora, que temos explicitados os fundamentos mais relevantes às análises do uso de anglicismos no domínio discursivo da Administração, prosseguiremos aos exemplos de uso, no capítulo 4.

²⁰ FAUCONNIER, G. **Mental spaces**. In D GEERAERTS, D.; CUYCKENS, H. (eds) **The Oxford handbook of cognitive linguistics**. Oxford University Press, 2007, p. 372. No original: It should be emphasized that mental spaces and their connections are pervasive in human thought and action whether or not language is directly involved (see Fauconnier and Turner 2002; Hutchins 2005). Mental spaces, then, are not directly linguistic, but a central function of language is to prompt for their construction and elaboration. As a result, there is no fixed set of ways in which mental spaces come about. The list above faithfully recapitulates some of the space-building grammatical constructions found in language after language.

4. REFLEXÕES SOBRE AS MOTIVAÇÕES PARA USO DE ANGLICISMOS NA ADMINISTRAÇÃO

Como vimos no capítulo 2, as teorias sobre administração de empresas tiveram sua gênese poucas décadas após a Revolução Industrial, a partir de 1903, na Inglaterra, e, posteriormente, se espalharam pela Europa Ocidental e pelos Estados Unidos. Esse fator, *per se*, já configura dispositivo motivador para que, até hoje, tenhamos, infiltrados no português, termos em inglês usados nesta área.

A entrada de anglicismos no português, como vimos no capítulo 1, já ensejou para efusivas discussões entre linguistas, políticos e membros da sociedade, ao longo da história. Vimos também que, no passado, sobretudo nos países ibéricos, berços das culturas que colonizaram o continente sul-americano, o movimento pela ‘defesa’ das línguas nacionais teve, e ainda tem, grande força. Para ilustrar a dimensão do pesar pelo qual passaram alguns estudiosos do português no passado, faço a seguinte citação:

Para os que aprenderam o português lídimo nas páginas épicas de Barros e de Camões, nos fulgores literários de Vieira e nas singelezas de Bernardes, nos encantamentos de Luís de Souza e no casticismo impecável de Castilho, na inteireza brônzea do estilo de Herculano e no portuguesismo inconfundível de Camilo, - para quantos, enfim, se penetraram daquele espírito linguístico que informa e individualiza em jeito singular a nossa língua pátria – constitue profunda mágua assistirem, impotentes, à perversão, acentuada de dia para dia, da língua de seus maiores na linguagem que ora por aí se pratica e se escreve, com ignorância, desleixo ou desfaçatez que excedem todos os limites do admissível. (SEQUEIRA, 1954, p.3)

Em contraste, atualmente, pelos fundamentos da Linguística Cognitiva, não nos ocupamos de julgar, aprovar ou reprovar os anglicismos, ou qualquer outra espécie de estrangeirismos presentes em nossa língua, mas de observá-los em uso e estudar seus padrões. Assim, na sequência, apresentamos uma seleção dez anglicismos altamente recorrentes na literatura especializada em Administração. O critério para a escolha destes termos foi quantitativo, e levou em conta a recorrência deles no *corpus*. Em seguida, tecemos reflexões sobre os elementos cognitivos que agem como seus possíveis motivadores de uso. Os anglicismos selecionados são:

- a) *benchmark(ing)*,
- b) *budget*,
- c) *CEO (Chief Executive Officer)*,
- d) *deadline*,
- e) *insight*.
- f) *just-in-time*,
- g) *layout*,
- h) *marketing*,
- i) *recall*,
- j) *tradeoff*.

A estrutura adotada para apresentar e analisar o uso dos anglicismos citados é composta por três elementos, a saber:

- a) definição,
- b) exemplos de uso,
- c) reflexões sobre o uso.

As definições que usaremos na apresentação das unidades lexicais são provenientes do *Dicionário de Administração*, de Geraldo Duarte (DUARTE, 2015)²¹. Os exemplos de uso, apresentados neste capítulo, foram retirados dos portais na internet das revistas especializadas em administração *Harvard Business Review*²² e *HSM Management*²³, e as origens estão identificadas por meio das siglas HBR e HSM, respectivamente. Os critérios de análise utilizado nas reflexões são baseados na observação, nos exemplos, dos atributos da Linguística Cognitiva apresentados no capítulo 3. Em alguns casos, para uma análise mais profunda, faz-se necessário mencionar alguns elementos da fonologia e da morfossintaxe.

²¹ DUARTE, G. **Dicionário de administração**. Petrópolis: KBR, 2015.

²² Versão brasileira da revista norte-americana. Disponível em <<http://hbrbr.uol.com.br>>

²³ Publicação nacional. Disponível em <<http://www.revistahsm.com.br>>

4.1 Anglicismos, definições e reflexões sobre seu uso

4.1.1 *Benchmark(ing)*

a. Definição

Benchmark: Marca, modelo, padrão, referência.

Benchmarking: 1. Sondagem. 2. Técnica sistemática e contínua de medida comparativa de práticas do desempenho de uma organização em relação a outra reconhecidamente excelente. 3. Processo sistêmico e contínuo de pesquisa, objetivando a avaliação de produtos, serviços ou procedimentos de organizações comprovadamente líderes em suas especializações para a otimização da empresa pesquisadora. 4. Referencial, em pontos ou unidades modelares, capaz de permitir o estabelecimento de comparações entre produtos, podendo ser incluídos seus processamentos e tecnologias com a finalidade de identificação de positivities ou negatividades em relação ao que se tem como modelo. 5. O *benchmarking* é técnica amplamente praticada no mercado, não exercendo qualquer tipo de atuação interna na organização observada, portanto, não tendo qualquer semelhança com espionagem industrial ou comercial. É ferramenta de gestão e planejamento muito utilizada pelas organizações nacionais. 6. Foi criado em 1992.

b. Exemplos de uso

Esses indicadores passaram a compor um sistema já existente de avaliação anual de desempenho dos médicos, acompanhada de *benchmark* interno e *feedback*. Essa avaliação anual é a base para todas as ações de relacionamento (benefícios e privilégios) e meritocracia na instituição. (HBR)

Algumas empresas costumam optar por uma abordagem “criativa” de formulação estratégica: começam com uma folha em branco, olham dezenas de *cases* de sucesso e *benchmarks* ao redor do mundo e tentam chegar ao maior número possível de opções de ação. (HSM)

c. Reflexões sobre o uso

O sentido original de *benchmark*, em inglês, remete à marca cortada em uma parede, construção ou posição similar que é usada como ponto de referência no cálculo de altitudes e alturas (OXFORD REFERENCE, 2017a). Essa forma de marcação é utilizada para assinalar o nível médio que a maré atinge em regiões costeiras, para determinar, desse modo, áreas seguras para construções. Na Administração, de acordo com a definição apresentada, foi mantido o valor semântico de *marcas de referência*, nesse caso, quanto a práticas de gestão. O uso desse termo nessa área, em textos em inglês, representa um emprego metafórico, em que há transferência de um domínio mais concreto (marcas de referência em espaço físico) para um mais abstrato (observação de práticas de gestão em empresa reconhecidamente excelente para tê-las como referência na gestão própria), por meio de um *blend*. Em português, apesar de o termo figurar em outras áreas, como a Medicina, por exemplo, os brasileiros não recuperam o significado concreto da palavra. Desse modo, *benchmark* é utilizado somente com o sentido que vemos no âmbito da Administração, e fica restrito à classe dos substantivos, diferentemente do inglês, em que pode assumir função de verbo, por exemplo. No primeiro exemplo, da HBR, o termo *benchmark* é acompanhado pelo adjetivo *interno*. Esse tipo de manipulação linguística indica que, no uso em português, por conta da assimilação do termo pela língua, ao longo do tempo, é naturalmente possível associar a ele modificadores. Temos, então, uma inovação, ocorrendo por integração conceptual: *benchmark*, que tradicionalmente é feito em ambiente externo à empresa, em português, pode ocorrer no *interior* da companhia. No exemplo da HSM, por sua vez, *benchmark* se apresenta de modo prototípico, tanto em forma, quanto em significado. Em última análise, em ambos os casos, pela perspectiva dos sistemas adaptativos complexos, é possível atribuir a motivação para o uso aos atratores economia e sentido, uma vez que não existe, na língua portuguesa, uma palavra que consiga carregar sozinha toda a carga semântica que o termo *benchmark* possui. Hipoteticamente, se os autores dos exemplos quisessem evitar o uso desse anglicismo, teriam de, obrigatoriamente, construir uma frase para

explicar o processo ao qual *benchmark* se refere. O atrator tipologia, nesta análise, representa a forma com que uma palavra se apresenta, ortográfica ou foneticamente, em um enunciado. Esse atrator se mostra presente na pronúncia da palavra, que recebe o som da vogal *i* – /i/ – após os sons das consoantes mudas, *ch* – /tʃ/ – e *k* – /k/, de acordo com o padrão de pronúncia canônico do português brasileiro em caso de sons consonantais mudos. Esse fator indica que a palavra se encontra em processo de transição entre estrangeirismo e empréstimo, por conta da adaptação fonológica em curso.

4.1.2 *Budget*

a. Definição

Budget: Orçamento, verba.

b. Exemplos de uso

A pesquisa destacou como principais entraves ações relacionadas às pessoas e à cultura da empresa. Entre os destaques: a falta de segurança/confiança nos dados processados (40%), falta de pessoas qualificadas para fazer a leitura dos dados (38%), *budget* escasso (28%) e falta de suporte de executivos (26%). (HBR)

Logicamente não podemos esquecer o modelo de negócio adequado, do capital de giro ou *budget*, da estruturação da sua equipe, e principalmente dos processos, que são pré-requisitos para qualquer negócio ou departamento andarem bem. Mas também não podemos ignorar que as empresas são formadas por pessoas. E pessoas trabalham melhor ao lado de pessoas felizes, que estão sempre sorrindo. (HBR)

c. Reflexões sobre o uso

A palavra *budget* apareceu, pela primeira vez, neste trabalho, no item 3.4, como exemplo de esquemas de imagem. Trata-se uma unidade originária da Administração Pública, usado para se referir ao o planejamento financeiro que um governo faz para um determinado período de tempo, contendo as estimativas de receitas e despesas (OXFORD REFERENCE, 2017b). Como as empresas privadas também têm a necessidade de fazer planejamento financeiro similar, essa transferência, da esfera pública para a privada, se dá, tanto em inglês quanto em português, por contiguidade. Nos exemplos, o que chama atenção, à primeira vista, no uso do termo *budget* é o fato de, em português, existirem, para esse anglicismo, equivalentes lexicais de uso corrente, como os apresentados na definição. Entretanto, os autores dos exemplos tomaram a decisão de usar o anglicismo. Podemos pressupor, com base nessa observação, que, para demonstrar maior credibilidade frente a seu público, constituído, majoritariamente por seus pares, eles optaram pelo uso do anglicismo. No primeiro exemplo, *budget* poderia ser substituído por orçamento ou verba, sem qualquer prejuízo semântico. No segundo exemplo, entretanto, o autor equipara *budget* a *capital de giro*, por meio do uso da conjunção alternativa *ou*. Por definição, segundo Duarte (DUARTE, 2015), capital de giro compreende os recursos investidos no processo produtivo da organização, podendo também compreender aplicações de capital no mercado financeiro, que garantem seu funcionamento constante, o que se chama, em inglês, de *working capital*. *Capital de giro* é, portanto, parte de *budget*. Fica evidente, portanto, no segundo exemplo, uma construção metonímica, em que *capital de giro* é a parte, e *budget* o todo. Não se pode afirmar que esse tipo de uso de *budget* seja comum, no português, a ponto de ter peso de regra, mas, a liberdade com que o autor se utiliza do anglicismo pode indicar estágios superiores de assimilação. Em inglês, *budget* originalmente significava ‘o conteúdo de um pacote’. Ele é assim chamado porque traz, juntos, todos os planos de receitas em impostos e gastos de um governo (OXFORD REFERENCE, 2017b). Cria-se em nossa mente, então, por metáfora, a imagem mental de uma espécie de pacote, dentro qual se inserem todas as informações sobre o planejamento financeiro de um governo. *Budget*, assim como suas traduções (orçamento e verba), recuperam essa imagem mental também em português. Do

ponto de vista da linguística cognitiva, observa-se, assim, em seu uso, o esquema de imagem de REGIÃO LIMITADA (BOUNDED REGION), mais especificamente o de CONTÊINER (CONTAINER). Esse esquema é o nos permite dizer, por exemplo, frases como estas:

A construção de novas escolas *está fora do orçamento* para o primeiro trimestre.

Devido à pressão popular, o financiamento de casas populares *entrou no orçamento* de 2018.

Quanto às adaptações ao português, a ortografia é mantida intacta, porém, há um leve ajuste fonológico no /t/ mudo do final da palavra. Em português brasileiro, esse som é produzido como /tʃ/.

4.1.3 CEO (*Chief Executive Officer*)

a. Definição

CEO (Chief Executive Officer): 1. Executivo responsável, perante a dirigência máxima da organização (*chairman* ou presidente do conselho de administração). 2. Presidente, superintendente ou diretor-geral são funções pelas quais também pode ser titulado, dentro das atividades e objetivos empresariais. 3. Administrador principal. 4. “Há três coisas que uma pessoa no topo da companhia, como eu, pode fazer: estabelecer metas estratégicas, determinar valores para o negócio e ter certeza de que tem as pessoas certas para implementas as metas estratégicas de acordo com os valores. Isso toma um bom tempo lá fora, encontrando e conversando com as pessoas, verificando como elas estão se comportando e operando, certificando-se de que são as mais adequadas” (Niall FitzGerald, irlandês, *CEO* da Unilever).

b. Exemplos de uso

E se for difícil que notícias de problemas internos penetrem na bolha do *CEO*, criada por posição e poder, pode ser praticamente impossível que sinais externos da organização — principalmente os primeiros, mais fracos — penetrem. (HBR)

Em 2010, a Gafisa, o novo controlador, me convidou para ser *CEO*. (HSM)

c. Reflexões sobre o uso

Da mesma forma que *budget*, *CEO* tem, em português, correspondentes que podem ser usados em seu lugar sem prejuízo de sentido, como, por exemplo, presidente, superintendente ou diretor-geral, presentes na definição supracitada. Contudo, por tratar-se de uma sigla, um possível agente motivador para seu uso é o atrator economia, que torna mais rápido o acesso ao conceito carregado pelas iniciais *CEO*. A apresentação do conceito por meio de uma sigla também configura a criação de uma imagem mental, denominada ícone. Essa imagem, por sua vez, recupera um *frame* constituído por todos os elementos e prerrogativas inerentes ao cargo do *CEO* na empresa, como, por exemplo, a posição e o poder, mencionados no primeiro exemplo de uso. Cabe mencionar que essa unidade se encontra como estrangeirismo, sem qualquer adaptação ao português, inclusive com a pronúncia original do inglês /,si:.i:'oʊ/.

4.1.4 Deadline

a. Definição

Deadline: prazo final, data limite.

b. Exemplos de uso

Raul deixa o caminho livre 90% do tempo, mas quando um *deadline* está próximo, costuma se trancar para se concentrar melhor, principalmente se precisa escrever. (HBR)

Em vez de perguntar algo com 24 horas de antecedência, pergunte 48 ou 72 horas antes do *deadline*. (HBR)

c. Reflexões sobre o uso

Deadline, linha morta, em tradução livre para o português, se referia, originalmente, à época da Guerra Civil norte-americana, a uma linha traçada do lado de fora de uma prisão que, se fosse ultrapassada por um detento, dava aos guardas o direito de atirar nele (OXFORD REFERENCE, 2017c). Em termos práticos, essa palavra se referia ao limite espacial até onde o presidiário poderia ir sem ter de encarar consequências fatais. *Deadline*, hoje, significa prazo final, data limite, conforme a definição supracitada. Houve, desse modo, uma transferência entre domínios distintos, por metáfora, que levou a palavra para novos contextos, deixando cada vez mais distante o uso original. Ocorre, então, um *blend* entre a consequência que um presidiário teria de encarar (a morte) se ultrapassasse o limite estabelecido, e as consequências negativas que uma pessoa enfrenta quando não cumpre um prazo. Em português, o termo foi tomado emprestado já com a denotação mais recente, e tem sido usado de forma ampla, apesar da existência de correspondentes eficazes e legitimados por nossa literatura. Apesar de essa palavra estar, gradualmente, extrapolando os domínios da Administração, chegando ao mundo acadêmico, por exemplo, uso do anglicismo, em vez de um correspondente em português, em situações como as apresentadas nos exemplos, parece legitimar socialmente o enunciador frente a seus pares, por tratar-se de jargão técnico da área. Quanto às adaptações ao português, trata-se de um termo ainda em processo de acomodação. Observamos leves manipulações

fonológicas, com a inserção de sons de /i/ após as consoantes mudas e com o /d/ mudo pronunciado como /dʒ/, tornando sua pronúncia aportuguesada na forma /'dedʒi·lami/, em vez do original, em inglês /'ded,lam/.

4.1.5 *Insight*

a. Definição

Insight: 1. Capacidade de visão, percepção ou discernimento, de forma clara, precisa e minuciosa sobre uma coisa, assunto ou ideia. 2. “Discernimento ou compreensão súbita do sujeito frente a uma situação problemática. O sujeito consegue estruturar essa *situação*, isto é, percebê-la como um todo.” (Maria Aparecida Ferreira de Aguiar).

b. Exemplos de uso

A maioria de nós procura por *insights* criativos nos lugares errados. (HBR)

Compartilhar suas ideias, seus *insights*, números aos quais outras pessoas não têm acesso é uma ótima maneira de gerar mídia espontânea, ser convidado para palestras e outros eventos de sua indústria e assim atrair novos clientes. (HSM)

c. Reflexões sobre o uso

Insight é uma daquelas palavras que não tem correspondente exato em português. É como, por exemplo, a palavra *saudade*, que, em inglês pode ter seu significado expressado por

uma gama de frases, mas, não tem uma palavra correspondente que, sozinha, faça esse trabalho. A definição citada apresenta alguns correspondentes em português, como “discernimento ou compreensão súbita”, que, se fossem colocados no lugar do anglicismo, nos exemplos citados, seriam entendidos pelos leitores, mas não teriam o mesmo efeito estilístico da palavra original. A etimologia do termo remonta ao século XI, na Inglaterra, com o sentido de ‘visão com os olhos da mente’, ou ‘entender por dentro’, dado pela aglutinação da preposição *in* (dentro) e do substantivo *sight* (visão) (ONLINE ETYMOLOGY DICTIONARY, 2017). Nesse sentido, percebe-se, em sua criação, a presença de um processo metafórico, ligando domínios que, sob a ótica cartesiana, são considerados distintos: o da visão (corpo) e o da mente (psicológico). Apesar de não recuperarmos essa origem etimológica no português, é possível constatar a corporificação da linguagem em seu uso, pelo fato de ela, originalmente, se pautar na faculdade humana da visão. A marca que demonstra a relação entre uso do termo *insight* em português e sua origem, baseada na visão, é o fato de que ela compõe um esquema de imagem de CONTÊINER (CONTAINER). A visão tem, como produto, imagens, que, na experiência humana, antigamente, guardávamos por meio de pinturas, e, hoje, por fotografias. Em decorrência disso, podemos falar, como no primeiro exemplo, ‘*insights* criativos’, como se fossem ‘imagens criativas’, mas não parece produtivo dizer ‘discernimentos criativos’ ou ‘percepções criativas’ sem que haja mudança de sentido. O segundo exemplo corrobora essa visão, à medida que coloca *insights* como objeto direto do verbo *compartilhar*, no contexto da mídia, como quem compartilha fotos em uma rede social na internet. Outro fundamento cognitivo presente no campo semântico de *insight* é o conceito de Gestalt. O *insight* acontece, prototipicamente, quando encontramos uma solução para um desafio que faz parte de uma ‘situação problema’, constituída de diversos outros elementos. Temos, então, o princípio gestáltico da oposição figura-fundo. À medida que encontramos a solução de um problema, fechamos uma *Gestalt*. Quanto aos aspectos de adaptação ao português, são notáveis, apenas, ajustes de ordem fonológica: em inglês a pronúncia é /'m.sait/, em português, diz-se /'m.saitʃi/.

4.1.6 *Just-in-time (just in time)*

a. Definição

Just in time: 1. Princípio de produção com a finalidade de eliminar os desperdícios, desde as aquisições das matérias-primas até a distribuição dos produtos. 2. Sistema de aceleração da produção, com a redução drástica de capital aplicado no estoque e da espera na entrega de produtos, tendo em vista uma programação rígida de aquisição pela empresa e entrega sistemática e garantida pelos fornecedores. 3. Significa, na terminologia de administração, *no tempo certo, no momento exato do programado, na medida do necessário planejado e no atendimento preciso do exigido*. 4. Técnica que recomenda a produção apenas do necessário, quando necessário, sem formar estoque, simplificando todos os processos produtivos, ampliando a flexibilidade do fornecimento, mantendo uma relação duradoura com os fornecedores e reduzindo custos. 5. Foi criado em 1983, com uma técnica do *Kanban* para reduzir estoques nas empresas.

b. Exemplos de uso

Já um cronograma de descarga de embarcações facilita o agendamento *just-in-time* de caminhões e trens. (HBR)

A loja tende a usar mais tecnologia para atuar *just-in-time* – por exemplo, funcionando com um *showroom* e sendo complementada por um centro de distribuição que a abasteça. (HSM)

c. Reflexões sobre o uso

É necessário registrar, antes de qualquer análise que, apesar da entrada do dicionário citado não conter hifens, essa variante ortográfica da expressão não trouxe quaisquer resultados nas buscas às bases de dados dos sites das revistas HBR ou HSM. A versão que nos rendeu os exemplos citados foi *just-in-time*, com hifens.

Just-in-time, no primeiro exemplo, é usado com função morfológica de adjetivo, caracterizando o substantivo abstrato *agendamento*. No segundo exemplo, temos *just-in-time* empregado como advérbio, modificando o verbo atuar. O que é possível perceber, partindo do princípio de língua como sistema adaptativo complexo, é que essa expressão é morfológicamente adaptável, e evidencia os atratores economia e sentido. O primeiro, mostra-se presente pelo fato de o anglicismo servir como atalho à construção de sentido para um conceito que, em português, não pode ser expressado por uma única palavra ou expressão, mas, apenas, por meio de frases que descrevam o processo a que a construção formulaica se refere. Considerando que o público-alvo da HBR e da HSM é composto por pessoas que atuam na área de Administração, a expressão *just-in-time*, por si só, é, capaz de abrir, na mente do leitor, um frame que é composto por diversos elementos interligados por esse princípio gerencial. O atrator sentido se revela à medida que o anglicismo assegura a informatividade sobre o conceito a que ele se remete, livrando o leitor de interpretações equivocadas. Em aspectos ortográficos, a expressão inglesa é usada em sua forma nativa, inclusive com a presença de hifens. Fonologicamente, assim como nos anglicismos mencionados anteriormente, há leves adaptações ao português, que partem de /,dʒʌst.in'taim/ e chegam a /,dʒʌstʃ.in'taimi/, com o /t/ e o /m/ mudos característicos do português brasileiro.

4.1.7 *Layout*

a. Definição

Layout: 1. Disposição física de máquinas, equipamentos, móveis e outros bens e/ou pessoas num sistema, objetivando racionalizar, operacional, econômica e eficazmente as ações produtivas de uma organização. 2. Técnica de arrumação, visando o melhor aproveitamento do espaço disponível e à redução da movimentação de materiais, produtos e pessoal para obtenção de fluxo mais preciso, de menor tempo de produção, de maior condição de trabalho e de redução de custos operacionais. 3. “*Layout* é a melhor utilização do espaço disponível que resulte em um processamento mais efetivo, através da menor distância, no menor tempo possível” (Augusto Cesar Gadelha Vieira).

b. Exemplos de uso

Isso demonstra que cabe à organização, antes de realizar altos investimentos com configuração e reconfiguração de *layout*, conhecer melhor o perfil das suas equipes, ouvir suas preferências, apresentar os dados estatísticos de estudos sobre ergonomia do trabalho, para assim poder escolher de forma estratégica e, sobretudo, humana, qual modelo deverá ser adotado pela empresa. (HBR)

Isso inclui o formato do produto, assim como o planejamento dos espaços da empresa e de venda, a identidade visual, as embalagens, o *layout* de *sites*, os projetos editoriais diversos ligados a uma marca etc. (HSM)

c. Reflexões sobre o uso

Layout é um termo, há muito, conhecido do vocabulário ortográfico da língua portuguesa e que já foi adaptado à sua ortografia, assumindo a forma *leiaute* (ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS, 2017). Essa adaptação ortográfica é, quanto aos atratores, presentes em sistemas complexos, como as línguas, um exemplo de tipologia, e denota alto grau de assimilação da unidade lexical. Fonologicamente, há também uma adaptação em relação ao termo original inglês, em que o som /t/ mudo aparece como as variantes diatópicas /tʃ/ ou /ti/, dependendo da região do Brasil. A versão aportuguesada e dicionarizada *leiaute* tem como definição esboço, planejamento ou espelho de trabalho tipográfico com a especificação dos caracteres que devem ser empregados, disposição da matéria, claros, medidas e outras minúcias relativas à composição de um livro, folheto, periódico, anúncio ou obra comercial (MICHAELIS ON-LINE, 2017). No inglês, é essa a acepção mais comum que a palavra tem, e é a que constatamos no segundo exemplo, retirado da HSM, com a grafia original, em inglês. No campo da Administração, contudo, a variante em inglês, assume, por metáfora, o sentido a disposição física de elementos dentro do espaço da empresa. É esse sentido que se ativa no primeiro exemplo, retirado da HBR. Embora parecidos, essa diferença entre domínios (artes gráficas e espaço físico de empresas) representa um grande diferencial no das variantes *leiaute* e *layout* uso em português. Por exemplo, busca pela variante *leiaute* nos sites das revistas HBR e HSM não trouxe resultado algum, ao passo que, a versão *layout* nos rendeu diversos exemplos de uso. Esse fator configura, outra face do atrator tipologia. Isso sugere que, no português do Brasil, quando se trata do domínio das artes gráficas, parece adequado utilizar a variante *leiaute*, e, quando o contexto é o da Administração, o mais indicado é *layout*. Seu uso, no português, em ambas as variantes, revela, também, a presença do atrator economia, visto que o anglicismo, em forma original ou adaptada, age como um compactador semântico de todos os elementos que o conceito compreende. Ademais, apesar de existirem alguns correspondentes, em português, *layout*, no domínio da Administração, transparece o atrator sentido, à medida que afasta o interlocutor de interpretações errôneas a seu respeito.

4.1.8 *Marketing*

a. Definição

Marketing: “Marketing é a resposta da organização às demandas do consumidor, por meio de ajustamentos realizados em seus processos operacionais” (Jerome McCarthy). 2. “A arte do *marketing* é, em grande parte, a arte de construir marcas. Algo que não tenha marca será provavelmente considerado uma *commodity*²⁴, um produto ou serviço genérico.” “Marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.” (Phillip Kotler). 3. Mercadologia.

b. Exemplos de uso

Felizmente, a miopia em *marketing* tem cura.

“Foi preciso um trabalho árduo de reaproximação com o varejo, reconstrução de funcionários valiosos, readequação de estratégia de *marketing* e uma série de pesquisas para entender o novo mercado que encontramos”, relembra.

²⁴ Mercadoria em estado bruto ou produto básico de grande importância no comércio internacional, como café, cereais, algodão etc., cujo preço é controlado por bolsas internacionais.

c. Reflexões sobre o uso

O termo *marketing* foi apresentado, pela primeira vez, no item 2.3 desta dissertação, como exemplo da receptividade do português brasileiro quanto a estrangeirismos. Como mencionado anteriormente, apesar de existir um suposto correspondente para *marketing* em português (mercadologia), a variante com grafia e pronúncia inglesas é mais amplamente utilizada. Da mesma forma que observamos com outros anglicismos, o uso desse termo envolve, os atratores economia e sentido, de acordo com a perspectiva de língua como sistema adaptativo complexo. Economia está presente porque ele resume, em uma única palavra, todo um conceito abstrato, sobre o qual, Philip Kotler, por exemplo, escreveu extensa bibliografia. O atrator sentido se revela na certificação do significado que o autor pretende que leitor construa. *Marketing*, de forma sucinta, ativa um frame do qual fazem parte os elementos e ideias contidos em sua definição. No primeiro exemplo, o termo participa de uma construção metafórica (miopia em *marketing* tem cura) que denota a corporificação da linguagem, à medida que equipara *marketing* ao olho humano. No segundo exemplo, ele integra da expressão ‘estratégia de *marketing*’. Nesse caso, ativa-se uma metáfora primária: argumento é guerra (ARGUMENTO IS WAR). Esse recurso permite utilizar o termo em inúmeras construções em que se fala de *marketing* em termos de guerra. Nessa conceptualização, o mercado consumidor é o campo de batalha, os clientes são objetivos, ou territórios a serem conquistados, as empresas competidoras são nações em guerra e o marketing é um tipo ação ofensiva, que demanda estratégias inteligentes para se obter bons resultados e alcançar a vitória. Quanto às adaptações ao português, a ortografia permanece original, mas a palavra apresenta pequeno ajuste fonológico sobre a pronúncia da consoante /t/, que, se apresenta como /tʃ/.

4.1.9 Recall

a. Definição

Recall: Ver chamada.

Chamada: 1. Convocação para reuniões e assembleias gerais. 2. Processo emergencial em que o produtor, de iniciativa própria e gratuitamente, convoca os consumidores para recolhimento, substituição ou conserto de um produto de sua responsabilidade, por constatar defeito de fabricação ou de execução ou, ainda, a possibilidade de ocorrência em futuro. 3. Convite de empresas a consumidores, objetivando substituir um produto ou parte dele, componentes ou acessórios por defeito ou deficiência produtiva, sem ônus para a clientela.

b. Exemplos de uso

Um caso recente fascinante é o da Blue Bell Creameries, cujo sorvete sofreu um *recall* devido à má qualidade em 2015, depois que um surto de listeriose causou a morte de três pessoas. (HBR)

A Toyota Motor prometeu entregar carros com qualidade superior, confiabilidade e durabilidade, e é por essa razão que os recentes *recalls* de segurança foram tão prejudiciais para a marca. (HSM)

c. Reflexões sobre o uso

Recall aparece sempre como substantivo nas construções em português. Esse termo é exemplo do fenômeno de palavras emprestadas de outras línguas que representam conceitos tão abstratos que o uso de correspondente em português é inviabilizado. Estão presentes, nos dois exemplos uso citados, os atratores economia e sentido. A economia se revela pelo papel integrador que o termo faz ao servir de ponto de acesso para o frame que compreende todos elementos de um processo de *recall*. O atrator sentido está marcado na especificidade semântica que o conceito veiculado pelo anglicismo veicula. Pelos exemplos, do ponto de vista das metáforas primárias, *recall* se encontra inserido em Argumento é Guerra (ARGUMENT IS

WAR). *Recall* é, desse modo, um golpe que a empresa leva, por se tratar de um processo, negativo, desgastante e que envolve perda de credibilidade frente ao mercado consumidor. *Recall* é utilizado na forma de estrangeirismo, com ortografia e pronúncia inglesas.

4.1.10 *Tradeoff*

a. Definição

Duarte (Op. Cit.) não apresenta o verbete *tradeoff*. Dessa forma, reproduzimos, aqui, a definição da sessão *Business*, do *Cambridge Dictionary*, disponível na internet²⁵.

*Tradeoff (trade-off)*²⁶: uma situação em que se aceita algo de que não se gosta ou indesejável para conseguir algo que se queira. Exemplos: Estas companhias oferecem o melhor *trade-off* entre risco e retorno para a maioria dos investidores individuais. A explosão da coleta de dados tem sido aceita por muitos como um *trade-off* por conveniência e descontos.

b. Exemplos de uso

Se os profissionais entenderem melhor os *tradeoffs* e as empresas removerem as barreiras organizacionais para a colaboração, então não só os clientes, mas também os próprios profissionais e suas empresas, se beneficiarão consideravelmente. (HBR)

²⁵ CAMBRIDGE DICTIONARY. **Definição de trade-off.** Disponível em: <<http://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/trade-off>>. Acesso em: 18 jul 2017.

²⁶ Tradução nossa. No original: a situation in which you accept something you do not like or want in order to have something that you want: a trade-off between sth and sth. Examples: These companies offer the best trade-off between risk and return for most individual investors. a trade-off for sth The explosion in data collection has been accepted by many as a trade-off for convenience and discounts.

A cumplicidade é a vacina para isso, mas, dados os *tradeoffs*, não é para qualquer um. (HSM)

c. Reflexões sobre o uso

Tradeoff é um termo utilizado com função morfológica de substantivo. Ele, como outros termos mencionados, evidencia os atratores economia e sentido, pelo efeito aglutinador quando ao conceito abstrato que veicula e pela manutenção da especificidade sobre ele, evitando interpretações equivocadas por parte do leitor. Do ponto de vista dos esquemas de imagem, *tradeoff* está inserido, no papel de obstáculo, em um esquema de DINÂMICA DE FORÇAS (FORCE DYNAMICS). Isso fica claro pelas construções envolvendo o anglicismo presentes nos exemplos. No primeiro, os *tradeoffs* precisam ser entendidos, e, por paralelismo, estão na mesma categoria do substantivo *barreiras*. No segundo, a construção da qual o anglicismo faz parte atribui a ele status de obstáculo. Essas características são componentes fundamentais do esquema de imagem DINÂMICA DE FORÇAS (FORCE DYNAMICS). Ortográfica e fonologicamente, o termo mantém suas características originais, atuando, no português, como estrangeirismo.

As observações feitas, por meio dessas análises, trazem luz ao questionamento sobre as motivações linguísticas para uso de anglicismos, em detrimento de equivalentes em português, e serão retomadas e exploradas nas considerações finais, a seguir.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Mas a fala inglesa é de índole tão diferente da nossa, mas a saraivada incidente destes estrangeirismos é tão exagerada – que não se pode englobar na língua portuguesa e de se regorgitar (sic.) como triaga excessiva e inassimilável. Ou o português deixará de ser português.”

(SEQUEIRA, 1954)

Se fosse essa fala de Sequeira uma profecia apocalíptica sobre o português, feita em 1954, considerando o teor das reflexões desenvolvidas ao longo deste trabalho, e a quantidade de anglicismos que foram assimilados pelo português, em todos os domínios discursivos, poderíamos dizer, hoje, 63 anos depois, que ele estava certo. O português deixou de ser português. Mas, como cidadãos lusófonos, podemos afirmar, com certeza irrefutável, que o português não deixou de ser português. O português é, e, enquanto existirem pessoas que o falem, continuará sendo o bom e velho português.

Os anglicismos, por sua vez, constituem uma espécie de fonte de *neologismos*, palavras novas que, a todo tempo, criamos ou, nesse caso, tomamos emprestadas de outras línguas, para servir aos interesses comunicativos dos falantes da língua, em sintonia com as inovações em outras áreas. Se a informática nos apresenta uma novidade, por exemplo, esse advento precisa ser simbolizado linguisticamente de alguma forma, porque ele passa a fazer parte das vidas das pessoas. Essas criações lexicais podem acontecer dentro da própria língua, como, por exemplo, *informática* deu origem a *informatizar*, ou podemos tomar emprestadas de outras línguas, como o termo inglês *mouse*, que usamos para nos referir ao equipamento periférico que usamos para operar um computador. Em Portugal, terra de Sequeira, essa palavra foi traduzida para *rato*. Apesar disso, continua sendo um empréstimo, porém, denominado invisível. É o mesmo caso do substantivo cachorro-quente (*hot-dog*), do adjetivo mandatório (*mandatory*) e do verbo aplicar (*to apply*), usado com sentido de inscrever-se em algum processo seletivo. Ao contrário do que temia Sequeira, e, como pudemos observar neste trabalho, a entrada de termos dessa natureza na língua raramente configuram mero modismo. Eles são evocados para suprir necessidades semânticas dos falantes da língua.

Da mesma forma que palavras nascem nas línguas, por necessidade, outras morrem, por desuso. Esse fenômeno é o que chamamos de *arcaísmo*. A conjunção adversativa *pero*, por exemplo, foi substituída por *mas*. *Cérebro eletrônico*, hoje, é *computador*. Há casos em que a coisa denominada já não existe mais, como *régua de cálculo* ou *gasogênio*²⁷, como lembra Abreu (ABREU, 2003b).

Do ponto de vista linguístico, portanto, não podemos considerar os neologismos de origem interna à língua, os anglicismos, estudados neste trabalho, nem, tampouco, os arcaísmos ameaças ao português. Eles são reflexo de um fato positivo: a língua está em evolução porque está viva.

Nesta dissertação apresentamos reflexões sobre o uso de dez anglicismos no contexto da Administração. As análises, de maneira geral, endossam a teoria de que essas palavras se fizeram presentes no português para suprir necessidades comunicativas e interacionais. Na perspectiva de língua como sistema adaptativo complexo, percebemos que os atratores *economia* e *sentido* servem de agente motivador de uso de todos os itens estudados. Em decorrência desses atratores, há benefícios no fator *ergonomia*, já que os anglicismos tornam a comunicação mais fluida e amigável, à medida que *limpam* do texto explicações excessivas e elementos como remissões ou notas de rodapé. Por se tratar de um domínio discursivo dentro do qual se comunicam pessoas profissionais, o uso de anglicismos como recurso de presença também foi consideravelmente verificado, mas em menor escala. Outro ponto marcante destas reflexões foi a observação do fato de que, nesse domínio, nas mais das vezes, os anglicismos chegam ao português pela classe dos substantivos. Desse modo, o esquema de imagem de CONTÊINER (CONTAINER), se mostrou muito produtivo em vários casos, como nos exemplos a seguir:

Trouxemos várias inovações do *benchmark* da última semana.

A reforma do refeitório não entrou no *budget* deste ano.

Não podemos entregar as mercadorias fora do *deadline*.

²⁷ Equipamento utilizado pelos veículos a motor, durante a Segunda Guerra Mundial, para substituir a gasolina, que era escassa, utilizando como combustível o gás resultante da queima do carvão.

A solução do problema veio em um *insight*.

Meu carro estava no último *recall* da montadora.

Esta investigação, de certa forma, encontrou legitimação linguística não apenas para o uso de anglicismos, mas para empréstimos e estrangeirismos originários de qualquer língua, não apenas no domínio da Administração, mas no português como um todo. Apesar de existirem, em alguns momentos, razões culturais e ideológicas para a escolha de palavras, este trabalho trouxe como contribuição a constatação de que, no uso real da língua, o falante busca, acima de outras coisas, assegurar a informatividade de seus enunciados, e para isso, recorre, quando necessário, aos anglicismos.

A perspectiva que se abre, com essa dissertação, é de uma investigação maior em profundidade e extensão, em nível de doutorado, pois esse tema está longe de ser esgotado. Além disso, ele tem especial relevância, pois reflete a evolução da língua e nos apresenta subsídios para observá-la em tempo real.

REFERÊNCIAS

- ABREU, A. S. Progressos da lingüística cognitiva e níveis de análise lingüística. **ALFA: Revista de Linguística**, 2003a.
- _____. **Gramática mínima para o domínio da língua padrão**. Ateliê Editorial, 2003b.
- _____. **Linguística cognitiva: uma visão geral e aplicada**. Rio de Janeiro, RJ: Ateliê Editorial, 2010.
- _____. **Texto e gramática: uma visão integrada e funcional para a leitura e a escrita**. 1. ed. São Paulo: Melhoramentos, 2012.
- _____. Integração conceptual na descrição de fenômenos gramaticais do português. **ALFA: Revista de Linguística**, 2013. v. 57, n. 1.
- ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS. Leiaute - Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa. **Academia Brasileira de Letras**, 2017. Disponível em: <<http://www.academia.org.br/nossa-lingua/busca-no-vocabulario>>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- ALVES, I. M. Integração de estrangeirismos à língua portuguesa. **A língua portuguesa no mundo**, 2008. v. 24.
- BARROS, L. A. **Curso básico de terminologia**. São Paulo: Edusp, 2004. V. 54.
- CÂMARA, J. M. **Dicionário de lingüística e gramática: referente à língua portuguesa**. Petrópolis: Vozes, 1977.
- CARVALHO, N. **Empréstimos lingüísticos**. São Paulo: Ática, 1989.
- CHIAVEGATTO, V. C. Introdução à lingüística cognitiva. **Matraga. Rio de Janeiro, RJ: UERJ**, 2009. v. 16, p. 77–96.
- CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- _____. **Administração: teoria, processo e prática**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2007.
- DEMING, W. E. **Quality, productivity, and competitive position**. Massachusetts Institute of Technology, Center for advanced engineering study Cambridge, MA, 1982. V. 183.
- DUARTE, G. **Dicionário de administração**. Petrópolis: KBR, 2015.

EVANS, V.; GREEN, M. **Cognitive linguistics: An introduction**. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2006.

FAUCONNIER, G. **Mental spaces: Aspects of meaning construction in natural language**. Cambridge University Press, 1994.

_____. Mental spaces. *In*: GEERAERTS, D.; CUYCKENS, H. (Org.). **The Oxford handbook of cognitive linguistics**. New York: Oxford University Press, 2007, p. 351–376.

FERREIRA, A. B. De H. *et al.* **Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. 3. ed., e aum. ed. Rio de Janeiro, RJ, Brasil: Editora Nova Fronteira, 1999.

GARCEZ, P. M.; ZILLES, A. M. S. Estrangeirismos: desejos e ameaças. *In*: FARACO, C. A. (Org.). **Estrangeirismos: guerras em torno da língua**. Parábola, 2001, V. 3, p. 15–36.

GIBBS, R. W. **The poetics of mind: Figurative thought, language, and understanding**. Cambridge University Press, 1994.

HOUAISS, A. *et al.* (Org.). **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

_____. **Dicionário Houaiss eletrônico da língua portuguesa mais de 442 mil entradas, locuções e acepções**. 3.0 ed. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2009.

ILTEC. Dicionário de Termos Linguísticos - Portal da Língua Portuguesa. [S.l.], 2016. Disponível em: <<http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology>>. Acesso em: 27 dez. 2016.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOVECSES, Z. **Language, mind, and culture: A practical introduction**. Oxford University Press, 2006.

LAKOFF, G. **Women, fire, and dangerous things**. University of Chicago press, 2008.

_____; JOHNSON, M. **Metaphors we live by**. Chicago: University of Chicago Press, 1980.

_____; _____. **Philosophy in the flesh: The embodied mind and its challenge to western thought**. Basic books, 1999.

LANGACKER, R. W. **Foundations of cognitive grammar: theoretical prerequisites**. Stanford: Stanford University Press, 1987. V. 1.

LARSEN-FREEMAN, D.; CAMERON, L. **Complex systems and applied linguistics**. Oxford University Press, 2008.

MARCUS, G. **Kluge: The haphazard evolution of the human mind**. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2009.

MATAIS, A.; MORAES, M. De. Petista articula 'emenda Lula' para blindar candidatos de prisão. **Coluna do Estadão**, [S.l.], 2017. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/blogs/coluna-do-estadao/petista-articula-emenda-lula-para-blindar-candidatos-de-prisao/>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

MICHAELIS ON-LINE. Leiaute. **Michaelis On-Line**, [S.l.], 2017. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=leiaute>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

MILES, L. K. *et al.* The meandering mind: Vection and mental time travel. **PLoS One**, 2010. v. 5, n. 5, p. e10825.

NÚÑEZ, R. E.; SWEETSER, E. With the future behind them: Convergent evidence from Aymara language and gesture in the crosslinguistic comparison of spatial construals of time. **Cognitive science**, 2006. v. 30, n. 3, p. 401–450.

ONLINE ETYMOLOGY DICTIONARY. Insight. 2017. Disponível em: <http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=insight>. Acesso em: 20 jul. 2017.

OXFORD REFERENCE. Benchmark - Oxford Reference. [S.l.], 2017a. Disponível em: <<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110927173218541>>. Acesso em: 19 jul. 2017.

_____. Budget - Oxford Reference. [S.l.], 2017b. Disponível em: <<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095534300>>. Acesso em: 19 jul. 2017.

_____. Deadline - Oxford Reference. [S.l.], 2017c. Disponível em: <<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780190491482.001.0001/acref-9780190491482-e-2024>>. Acesso em: 19 jul. 2017.

PEÑA, M. S. Dependency systems for image-schematic patterns in a usage-based approach to language. **Journal of pragmatics**, 2008. v. 40, n. 6, p. 1041–1066.

PICKERING, W. A. Sistemas Adaptativos Complexos: lingua(gem) e Aprendizagem. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, 2012. v. 51, p. 517–526.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Estatutos e reglamento dela Real Academia Española. **Real Academia Española**, 2014. Disponível em: <http://www.rae.es/sites/default/files/Estatutos_y_reglamento_nuevo.pdf>. Acesso em: 30 set. 2016.

_____. Tratamiento de los extranjerismos. **Diccionario panhispánico de dudas**, [S.l.], 2016. Disponível em: <<http://www.rae.es/diccionario-panhispanico-de-dudas/que-contiene/tratamiento-de-los-extranjerismos>>. Acesso em: 30 set. 2016.

REBELO, A. Projeto de lei N. 1676 de 4 de novembro de 1999. Dispõe sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da Língua Portuguesa e dá outras providências. . 1999.

ROSCH, E. Cognitive representations of semantic categories. **Journal of experimental psychology: General**, 1975. v. 104, n. 3, p. 192.

_____. Principles of categorization. **Concepts: core readings**, 1999. p. 189–206.

SAUSSURE, F. De. **Curso de lingüística geral. Tradução de Antônio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein**. [S.l.]: São Paulo: Cultrix, 2006.

SEQUEIRA, F. J. M. **Rol de estrangeirismos e respectivas correspondências em português de lei**. [S.l.]: [s.n.], 1954.

TATTO, L. Administração - evolução, situação atual e perspectivas. **Revista Urutágua - Revista Acadêmica Pluridisciplinar**, jul. 2001. v. 1, n. 1. Disponível em: <http://www.urutagua.uem.br//02tatto.htm#_ftn1>. Acesso em: 27 dez. 2016.

TURNER, M. **The origin of ideas: Blending, creativity, and the human spark**. Oxford University Press, 2014.

WILDE, O. **A importância de ser prudente e outras peças**. Editora Companhia das Letras, 2011.