



Universidade de Brasília

Instituto de Letras – IL

Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução – LET

Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação

BETHÂNIA CAMPOS GONÇALVES

**ESTRANGEIRISMO E GASTRONOMIA: uma análise nos cardápios
em shoppings de Brasília**

Brasília, 2017

BETHÂNIA CAMPOS GONÇALVES

**ESTRANGEIRISMO E GASTRONOMIA: uma análise nos cardápios
em shoppings de Brasília**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade de Brasília como exigência parcial para
obtenção de título de bacharela em Línguas
Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à
Sociedade da Informação.

Orientador: Me. Francisco Cláudio Menezes

Brasília

2017

BETHÂNIA CAMPOS GONÇALVES

**ESTRANGEIRISMO E GASTRONOMIA: uma análise nos cardápios
em shoppings de Brasília**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à banca examinadora abaixo identificada, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharela em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação.

Brasília, _____ / _____ / _____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Francisco Cláudio Menezes
Depto de Línguas Estrangeiras e
Tradução – LET/UnB

Prof. Dra. Fernanda Alencar Pereira
Depto de Línguas Estrangeiras e
Tradução – LET/UnB

Prof. Dra. Helena Santiago Vigata
Depto de Línguas Estrangeiras
e Tradução – LET/UnB

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me dado à oportunidade de ter ingressado na Universidade de Brasília, ter sido meu guia durante toda esta jornada, por não ter me deixado fraquejar, por ter sido minha luz e força para continuar.

Faltam palavras para agradecer aos meus pais, Rosa Maria de Campos e Leomar Gonçalves, por todo o esforço que fizeram por mim ao longo da vida, agradeço pelo amor inquestionável e por me ensinarem a importância de lutar pelo que se almeja. Sem vocês não teria chegado até aqui.

Agradeço também aos meus amigos, em especial à minha grande amiga e conselheira, Fernanda Steven, por ser minha companheira de todas as horas, por me ouvir nos momentos de desespero, sempre me ajudar quando preciso e me mostrar que sou capaz.

Ao meu orientador, Me. Francisco Cláudio Menezes, por ter aceito me orientar, por todo o auxílio prestado durante este trabalho, pela disponibilidade e pelos conhecimentos transmitidos.

Meus sinceros agradecimentos a todos que de alguma forma contribuíram para que a conclusão deste trabalho fosse possível.

ESTRANGEIRISMO E GASTRONOMIA: uma análise nos cardápios em shoppings de Brasília¹

Bethânia Campos Gonçalves²

Resumo: O presente trabalho visa identificar os estrangeirismos presentes em dois shoppings na cidade de Brasília, o Boulevard Shopping e o Pier 21, mais especificamente nos cardápios de seus restaurantes e lanchonetes, com o objetivo de construir um glossário dessas unidades lexicais estrangeiras. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de campo nos shoppings escolhidos, na área gastronômica e após essa coleta e análise foi elaborado o glossário. O trabalho será baseado principalmente nos conhecimentos adquiridos das disciplinas de Língua, Léxico e Terminologia do Bacharelado em Língua Estrangeira Aplicada ao Multilinguismo e Sociedade da Informação.

Palavras-chave: estrangeirismos, glossário, cardápios, Terminologia.

¹ Trabalho de Conclusão de Curso orientado por Francisco Cláudio Menezes, professor e orientador do Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução – LET/UNB. E-mail: new.claudiomenezes@gmail.com.

² Graduanda do Bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação – LEA-MSI – da Universidade de Brasília – UNB. E-mail: beh_1993@hotmail.com.

ABSTRACT: This work aims to identify the foreign terms present in two shopping malls in the city of Brasilia: Boulevard Shopping and Pier 21. More specifically a research was carried out in the menus of the restaurants and snack bars in both shoppings, in order to construct a glossary of these foreign lexical units. To this aim, a field research was performed in the selected shopping malls, in the gastronomic area and after such collection and analysis, the glossary was elaborated. The work was based mainly on the knowledge acquired from the Language, Lexicon and Terminology disciplines of the B. Sc. in LEA-MSI of the University of Brasilia.

Keywords: foreign terms, glossary, menus, terminology.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	07
CAPÍTULO 1: REVISÃO CONCEITUAL.....	08
1.1.Terminologia.....	08
1.2.Terminografia.....	09
CAPÍTULO 2: PAISAGEM LINGUÍSTICA	11
CAPÍTULO 3: ESTRANGEIRISMOS	12
3.1 Estrangeirismo na gastronomia brasileira.....	14
CAPÍTULO 4: METODOLOGIA DA PESQUISA	17
CAPÍTULO 5: RESULTADO: GLOSSÁRIO DOS ESTRANGEIRISMOS.....	19
CAPÍTULO 6: CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa consiste de uma investigação dos estrangeirismos nos cardápios no Boulevard Shopping e Pier 21 na cidade de Brasília, e, a partir dessa observação, na elaboração de um glossário ilustrado desses termos e suas respectivas definições.

O estudo tem por objetivo facilitar o entendimento dos usuários desses estabelecimentos, fazendo com que a comunicação entre o estabelecimento e o consumidor se dê da forma mais clara, direta e objetiva possível, atingindo assim a finalidade do cardápio que é a transmissão de informações úteis sobre o alimento oferecido, para que o cliente possa melhor compreender os itens dos cardápios, tendo assim entendimento imediato do termo estrangeiro. O trabalho também pode ser usado para auxiliar a profissionais desses restaurantes, os quais nem sempre tem familiaridade com o significado desses estrangeirismos.

No mundo de hoje, em que várias línguas são dominantes, principalmente, a língua inglesa, é importante que seus usuários compreendam a terminologia estrangeira que é adotada, de forma corriqueira. Por esse motivo, no glossário não fazemos a equivalência do termo estrangeiro com o português, lembrando que a maioria não tem uma tradução na língua portuguesa do Brasil. Optamos por oferecer as devidas definições para claro entendimento dos usuários.

Neste estudo, primeiramente, discutem-se conceitos da terminologia e da terminografia, de suma importância para o embasamento teórico da pesquisa. No capítulo seguinte abordamos questões relacionadas à paisagem linguística. E num terceiro momento, apresenta-se a conceituação e diferenciação de estrangeirismos e empréstimos linguísticos. Por fim, apresenta-se a metodologia da pesquisa que deu origem a este texto, a qual tem como objetivo elaborar um glossário ilustrado dos estrangeirismos encontrados.

Foram encontrados 62 termos, os quais receberam a devida definição formulada de modo empírico. Os termos foram listados em ordem alfabética, com as devidas ilustrações, como pode ser observado no final deste trabalho no glossário dos termos estrangeiros.

1. REVISÃO CONCEITUAL

1.1. TERMINOLOGIA

Antes de fazer a análise dos termos coletados, indicaremos o processo teórico que levou à metodologia deste trabalho. Deste modo, explicaremos os conceitos de Terminologia e Terminografia.

A Terminologia, é a disciplina científica das denominações, possui caráter onomasiológico, que parte do conceito para chegar à significação, a qual estuda os termos técnico-científicos, apresentando uma relação de interdisciplinaridade com as áreas de conhecimento especializadas, com as quais lida para o estudo dos termos.

É importante frisar a diferença entre Terminologia (com “t” maiúsculo) e terminologia (com “t” minúsculo). Para Krieger e Finatto (2004) a “Terminologia” é a ciência que estuda os termos e “terminologia” é o conjunto de termos de uma área de especialidade.

Para Cabré (2013), o conceito de Terminologia surge no século XVII na área de química, botânica e zoologia, enquanto produção científica, para embasar teoricamente os conceitos dos termos científicos. Para Almeida (2003), o estudo terminológico avança no século XIX a partir do desenvolvimento das ciências naturais. Isso parte do pressuposto teórico de que os cientistas buscaram compreender e registrar as regras de termos de cada especialidade. É a partir do século XX que surgem novas necessidades, não apenas de relacionar denominações de conceitos, mas também de denominar novos conceitos e articular as novas denominações.

Para Almeida (2003), a terminologia como uma disciplina linguística, deverá apresentar descrição dos códigos, dos atos comunicativos reais, explicar o funcionamento da terminologia dentro da língua materna, para que haja uma compreensão desses códigos que estão dentro de um sistema linguístico. “Os conceitos sofrem influência dos fatores socioculturais e linguísticos de uma comunidade, como também são influenciados pelos canais comunicativos por onde eles circulam e se difundem” (CABRÉ apud ALMEIDA, 2003).

Neste sentido, dentro do campo terminológico, existem objetivos diferentes que percorrem caminhos metodológicos distintos para chegar a um rigor científico especializado de cada campo da pesquisa. De um lado temos a Teoria Geral da Terminologia (TGT) e de outro a Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT).

Alguns pesquisadores da Teoria Geral da Terminologia afirmam que a Terminologia é, portanto, uma ciência autônoma e original, já para outros pesquisadores, não há uma autonomia, sendo um elemento secundário de outras ciências como a linguística, por exemplo. Já a Teoria Comunicativa da Terminologia refuta a TGT, por apoiar-se a uma teoria descritiva que zela pelo caráter comunicativo dos termos inseridos na linguagem efetivamente utilizada em ambientes específicos. Maria Teresa Cabré, precursora da TCT retrata o surgimento da prática terminológica enquanto produção de instrumento aplicado.

Podemos destacar que a terminologia é um estudo do campo da linguística, que aborda questões metodológicas e científicas. O estudo da terminologia é um campo que abrange muitas áreas de conhecimento, por estar relacionado especificamente com termos no campo da epistemologia e metodologia. Assim, não se constitui enquanto termo acessório, mas faz parte de toda e qualquer comunicação especializada. Tratamos aqui da importância da Terminologia e seus estudos teóricos-epistemológicos e sua importância enquanto campo de estudo.

1.2 TERMINOGRAFIA

A terminografia é uma construção prática, resultando na consolidação de um dicionário especializado ou glossário, obtidos a partir da reflexão de um estudo lexicográfico, tendo como unidade o termo. Para Bevilacqua e Finatto (2006), a construção de um dicionário especializado ou glossário a partir de termos pode ser consolidada na reflexão dos resultados metodológicos.

A elaboração de um dicionário ou glossário de termos, por exemplo, de Culinária ou de Direito Ambiental, pode ser percebida como um produto imediato, que, tal como o produto lexicográfico, também serve para tirar dúvidas sobre o sentido de um "termo técnico", em uma área de saber específica. Mas também pode ser visto como produto da reflexão e, ao mesmo tempo, resultado da metodologia derivada dessa reflexão, teoricamente embasada. (BEVILACQUA E FINATTO, 2006. p.48).

Para essas autoras, a linguagem técnica ou científica, à luz da teoria, não corresponde a uma língua do cotidiano, mas ao uso que a torna peculiar e especializada em detrimento da comunicação. Esse reconhecimento permitirá conceber a construção de dicionários especializados.

Na construção terminográfica, para Bevilacqua e Finatto (2006), o modo de apresentação de qualquer informação, deve elencar a preocupação de delimitação. Essa delimitação, ainda segundo as autoras, deve abordar um conjunto textual de referência reconhecida pelo consulente da obra. Assim, a obra é direcionada para um usuário específico. Nesse sentido, muitas informações não precisarão de detalhamento na construção dos verbetes, pois há um entendimento prévio. Outro fator discutido por Bevilacqua e Finatto (2006) é a necessidade de ampliar os textos especializados e informações em formato digital.

Considerando o pleno valor da prática terminográfica mais tradicional, representada pela produção dicionarística impressa em papel, parece-nos importante também ampliar a pesquisa na área para que sejam explorados, de um modo mais dinâmico, outros aspectos do conhecimento terminológico, tais como a distribuição e o uso das terminologias em textos especializados, com informações oferecidas ao usuário em formato digital. (BEVILACQUA E FINATTO, 2006.p.52).

É relevante diferenciar terminografia de lexicografia, pois são áreas que podem ser confundidas por terem, inicialmente, objetivos parecidos. A lexicografia é uma disciplina que advém da lexicologia, a qual estuda o léxico geral de uma língua, que é a atividade de redigir dicionários de língua geral, ou seja, as palavras e seus significados. A terminologia, por sua vez, é a atividade de elaboração de dicionários técnicos de uma área do conhecimento, resultando na produção dos mais diversos dicionários e glossários especializados.

Nestes tempos de importantes relações sociais, políticas, científicas e uma crescente exigência sociocultural define-se a instrumentalização da terminografia para legitimá-la enquanto ciência.

Partimos do pressuposto de que o trabalho terminográfico é complexo e tem recebido importantes contribuições teórico-metodológicas com ênfase sobre os modos de funcionamentos das unidades terminológicas. Para Krieger (2001), essas contribuições fazem parte da tarefa de identificação e seleção de unidades lexicais para relacionar com o campo da terminologia.

2. PAISAGEM LINGUÍSTICA

Para se proceder à análise dos termos provenientes de outras línguas nos cardápios em questão, é necessário, primeiramente, conceituar paisagem linguística e analisar suas implicações teóricas.

As cidades têm se tornado lugar onde diferentes culturas, línguas e identidades interagem. As placas de estabelecimentos comerciais, *banners*, *outdoors*, nomes de lojas, propagandas políticas, nomes de ruas, indicativos de lugares são os elementos que compõem a paisagem linguística de determinado lugar.

A paisagem linguística, portanto, é a presença escrita de diferentes línguas em espaços públicos, podendo ser interpretada como índice da vitalidade etnolinguística dos grupos populacionais de falantes de diversas línguas em um dado território ou região. Além de seu propósito claramente comunicativo, a paisagem linguística tem uma função simbólica importante porque pode explicar o poder relativo e status de comunidades linguísticas que habitam esse território.

Conforme Shohamy, a definição de paisagem linguística pode ser compreendida

(...) como um domínio dentro da linguagem no espaço público; refere-se à linguagem específica que objetos marcam na esfera pública. Exemplos de paisagem linguística são placas de trânsito, nomes de lugar, ruas, nomes de edifício, locais e instituições, painéis publicitários (*outdoors*), cartões comerciais de visita, bem como rótulos, instruções e formulários públicos, nomes de lojas e placas públicas (SHOHAMY apud JENOVENCIO, 2006, p. 112, tradução nossa).³

Dentro desse conceito, os termos utilizados em estabelecimentos de acesso público, como é o caso de restaurantes de *shoppings*, especificamente nos

³No original: "[...] as one domain within language in the public space; it refers to specific language objects that mark the public sphere and is used here as one case. Examples of LL are road signs, names of sites, streets, names of buildings, place and institutions, advertising billboards, commercials and personal visiting cards as well as labels, instructions and public forms, name of shops and public signs." (SHOHAMY, 2006, p.112)

cardápios, também são elementos que compõem a paisagem linguística de determinado lugar, pois são o veículo de informação de um restaurante, transmitindo a imagem do estabelecimento para o consumidor, evidenciando assim seu alto potencial comunicativo.

Nessa perspectiva, neste trabalho buscamos discutir elementos que fazem parte da paisagem linguística da cidade de Brasília, Distrito Federal, especificamente nos cardápios em dois *shoppings*. O estudo é feito a partir de um levantamento de termos estrangeiros presentes nos restaurantes e lanchonetes nesses dois centros comerciais. Consideramos, especialmente, as diferentes línguas (inglês, francês, italiano, japonês e espanhol) utilizadas nesses escritos.

A diversidade de línguas presentes nesses cardápios mostra a realidade atual e as diferentes identidades que são implantadas em um mesmo local, modificando assim os repertórios comunicativos dos indivíduos presentes nesse espaço. Isso se deve ao fato da visibilidade desses “enunciados” na paisagem urbana, fazendo parte assim do cotidiano das pessoas e evidenciando o reflexo do multiculturalismo e do multilinguismo presentes nesses estabelecimentos comerciais.

3. ESTRANGEIRISMO

Para abordar as questões que influenciam o estrangeirismo no cardápio brasileiro, vamos conceituar três termos importantes: empréstimo, neologismo e estrangeirismo. Esses termos são fundamentais na compreensão do assunto a seguir.

O empréstimo é considerado por muitos estudiosos da área um neologismo formal⁴. “Distingue-se do neologismo conceptual ou semântico⁵, que constitui uma aceção nova incorporada ao campo semasiológico de um significante” (ALVES apud ROSETTI, 1988). O campo semasiológico citado faz referência ao campo de significações de um conceito. Para alguns linguistas, o empréstimo é um elemento que surge do acervo lexical de um idioma que passa a ser usado em outro idioma.

O neologismo é o fenômeno do surgimento de novas palavras derivadas ou formadas de outras já existentes e pode ser atribuído outro significado para palavras que já existem. É um fenômeno linguístico muito comum na língua brasileira.

⁴ Criação de palavras novas que não constam no léxico da língua materna.

⁵ Palavras existentes no dicionário que recebem novos significados.

O termo estrangeirismo caracterizado como palavras originárias de línguas de outros países, pode ser observado em vários lugares no Brasil. Neste trabalho, no entanto, daremos foco ao uso desses termos estrangeiros nos cardápios. Nesse sentido, vamos abordar o estrangeirismo em sua concepção lexical.

Consideremos, antes de mais nada, que uma língua pode tomar de *empréstimo* vocábulos de outras línguas, adaptando-os ou não. E dizemos que a adaptação de um vocábulo de uma língua B ao sistema linguístico de uma língua A é um caso de *empréstimo*, enquanto que o *estrangeirismo* consiste na adoção do vocábulo da língua B em sua forma original. (RODRIGUES, 1992.p.99).

Neste mundo globalizado, a língua está em constante mudança. São apresentados novos termos, outros caem em desuso, constituem-se novos sentidos para termos já existentes e criam-se novas maneiras de comunicar. No caso brasileiro, sofremos consecutivamente a influência cultural dos Estados Unidos e da Europa, por exemplo. Com essa influência cultural, podemos encontrar várias palavras estrangeiras em nosso cotidiano.

Esse debate é constante em nossa sociedade, existem os linguistas que defendem e outros são opositores da presença dos estrangeirismos no vernáculo nacional. Mas, o que não podemos deixar de constatar é a forte presença do estrangeirismo lexical em nosso cotidiano.

O estrangeirismo constitui-se na fase inicial de instalação e adaptação da unidade lexical. Nesta fase, a unidade lexical estrangeira ainda não faz parte do acervo lexical da língua receptora. Muitas vezes na forma escrita ele é seguido da correspondente tradução ou de uma explicação do significado. (TORII, 2007.p.21).

Para Valadares (2013), “estrangeirismos são palavras, efetivamente, provenientes de outro sistema linguístico que são tomadas por um empréstimo para suprir alguma necessidade de associar um significado a um significante na língua [...]” (VALADRES, 2013.p. 40). É, portanto, inegável que podemos perceber uma inserção efetiva de palavras estrangeiras em nossa língua, fenômeno que, de certa forma, acompanha transformações na sociedade.

O estrangeirismo é um fenômeno natural, que revela a existência de uma certa mentalidade comum. Os povos que dependem econômica e intelectualmente de outros não podem deixar de adotar, com os produtos e ideias vindas de fora, certas formas de linguagem que lhes não são

próprias. O ponto está em não permitir abusos e limitar essa importação linguística ao razoável e necessário. (VALADARES apud LAPA, 2013.p. 42).

Percebemos que, em outros momentos históricos, não existia tantos estrangeirismos na culinária brasileira. Em tempo de globalização, observamos que os limites culturais foram ultrapassados, e com isso houve uma maior influência de outras culturas no Brasil.

Podemos caracterizar a mudança da língua com uma mudança cultural, ou seja, a língua e a cultura estão em constante transformação. Para Santana (2016), no fazer gastronômico essas mudanças implicam em incursões linguísticas, culturais e sociais, fortalecendo a introdução de palavras numa determinada língua. Para a autora, essa inserção lexical revela o pensamento linguístico, cultural e social, realizando dessa forma constantes mudanças de significados.

3.1 ESTRANGEIRISMO NA GASTRONOMIA BRASILEIRA

Podemos destacar os estrangeirismos na culinária brasileira por várias vertentes. A primeira, que aqui destaco, é a formação de importantes cozinheiros que carregam em sua nomenclatura um estrangeirismo “chef”. Essa formação profissional muitas vezes é fortemente influenciada pela cultura de outros países e requer a compreensão de alguns nomes de iguarias que são impressas em cardápios. Fenômeno análogo ocorre em programas de televisão que também se valem de estrangeirismos (Master chef, por exemplo).

Muitos pratos são feitos para atender os gostos sofisticados e na sua maioria são nomes estrangeiros. São nomes para deixar a iguaria mais atrativa para seus clientes. Assim, apresentamos a seguir uma segunda vertente. Para Alves et al. (2004) “as unidades lexicais de origem italiana são utilizadas pela publicidade e pelos restaurantes principalmente com valor estilístico e designam uma realidade gastronômica específica”. (ALVES et al. 2004.p.123)

Por outro lado, quando se trata da culinária, existem vastos léxicos estrangeiros. Quando sentamos em um restaurante e pedimos o cardápio, nos deparamos com opções como: *bacon*, *barbecue*, *burguer*, entre outras sugestões que são derivadas de outros países, em especial dos Estados Unidos da América.

Essas palavras inglesas estão inseridas em nosso cardápio. Quando pedimos *bacon* por exemplo, sabemos que iremos receber uma carne de porco passada por

um processo de defumação. Esse fenômeno linguístico é apresentado ao cardápio de forma natural, vivenciamos o tempo todo, e logo inserimos o termo em nosso vocabulário. Quando nos deparamos com uma palavra que não sabemos o seu significado, buscamos a tradução ou a descrição do prato e dessa forma as palavras estrangeiras vão naturalizando-se em nosso dia-a-dia.

Com isso, o estrangeirismo carrega consigo não só a língua, mas também a cultura da origem do termo. Podemos afirmar que esses dois pontos caminham juntos, pois a língua traduz a cultura de uma determinada sociedade como afirma Santana (2016).

Língua, cultura e sociedade estão entrelaçadas. A língua traduz a cultura de um povo, bem como determina os parâmetros linguísticos de uma sociedade; a cultura, por sua vez, influencia a língua por meio do léxico, uma vez que os nomes e as expressões inseridos ou excluídos da língua são diretamente determinados também pelos fenômenos culturais, dessa forma, moldando a sociedade; a sociedade é constituída, sobretudo, pela língua, o que lhe permite o sistema de interações sociais, e a sociedade também é constituída de uma cultura, ou até mesmo, de multiculturas. (SANTANA, 2016, p. 21).

Vivenciamos fortes influências da culinária estrangeira na formação de profissionais da gastronomia. “O campo de conhecimento gastronômico também agrega termos oriundos de línguas estrangeiras, sobretudo a língua francesa, e que fazem referências que vão desde os profissionais da área até os elementos de feitura e apreciação das iguarias” (SANTANA, 2016, p. 22).

O que podemos observar são termos e/ou expressões utilizados no campo lexical da gastronomia que estão diretamente relacionados ao campo da cultura. Por exemplo, se entrarmos em um restaurante “fast food”, podemos perceber a cultura Norte Americana, se entrarmos em um restaurante francês estará expresso em seus cardápios e ornamentação a cultura francesa, e assim por diante. Existem os restaurantes que atendem a todos os gostos, com suas comidas e outras formas de expressar culturas de diversos países.

Nesse sentido, Santana (2016) faz a reflexão de que o prato originado de um determinado país ou região atenderá os gostos e hábitos culturais de onde se origina e dará respostas às criações gastronômicas. “À luz da teoria dos campos lexicais é possível distribuir as lexias do campo lexical da gastronomia de forma organizada, estruturando as palavras em grupos de objetos, ações, rótulo de acordo com o segmento estabelecido” (SANTANA, 2016.p.43).

Outro fato que influenciou o estrangeirismo na culinária foi a inserção das multinacionais do campo na gastronomia, como o Mc Donald's, Burger King, Bob's, China in Box, Subway, entre outros, que trazem consigo no cardápio unidades lexicais com nomes estrangeiros. Com nomes próprios do prato sem tradução para o português cria-se essa unidade lexical estrangeira e, como acentua Alves (1988), entendemos que as “unidades lexicais... têm por finalidade dar ao texto uma cor local, uma característica própria do país ou da região em que tem lugar a ação mencionada.” (ALVES, 1988.p.3).

A culinária, embutida na gastronomia, entendida como a arte de cozinhar, torna-se parte de uma cultura particular, da cultura de uma região, de uma época. Ela está associada à cozinha de forma invariável, já que este é o local ideal para o preparo dos alimentos, e o cozinheiro principal é normalmente conhecido como *chef*, assim reconhecido pela sua boa cozinha e dotes culinários (SANTANA, 2016.p.32).

Neste sentido, quando é atribuído a culinária de outra nação ao Brasil, podemos notar que existem em seus cardápios palavras (nomes) típicas da culinária estrangeira, construindo assim o estrangeirismo, pois essas palavras trazem consigo elementos da cultura de seu país de origem. Podemos concluir que o estrangeirismo nos cardápios brasileiros se tornou muito comum em restaurantes que atendem todos os tipos de clientes. É notório ainda que devido a globalização, em cidades turísticas, mesmo que o cardápio esteja na língua nativa, em nosso caso, em português, podemos encontrar também a tradução para o inglês, já que é uma língua de maior penetração na clientela.

Alves et al. (2004) fizeram um estudo e perceberam que 80% das palavras estrangeiras, a partir de uma pesquisa, não sofreram nenhuma modificação formal na língua. Podemos identificar que nos cardápios expostos em diversos restaurantes, várias palavras não sofrem qualquer alteração.

Os autores ainda fazem uma relação desse estrangeirismo no léxico com a elite brasileira, e podemos trazer essa reflexão para a culinária, percebemos que muitos restaurantes voltados para a elite, imprimem palavras estrangeiras para chamar atenção da sua clientela. Na sua maioria são estrangeirismos ingleses, franceses, japoneses e italianos.

Portanto, podemos notar que existe um avanço nas relações internacionais, não só na economia, mas em toda forma de comunicação, e com isso, estão se

constituindo outras relações culturais que podemos encontrar nos cardápios de diversos restaurantes no Brasil.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia usada neste trabalho foi a pesquisa de campo, que, conforme Santos (2004, p.30), pode ser definida como aquela que “... recolhe dados *in natura*, como percebidos pelo pesquisador. Normalmente, a pesquisa de campo se faz por observação direta, levantamento ou estudo de caso”.

O estudo se propôs a analisar os termos estrangeiros nos dois shoppings em questão, Boulevard Shopping e Pier 21, e elaborar um glossário que abarque os termos estrangeiros e suas respectivas definições. Foram analisados 26 cardápios de restaurantes e lanchonetes nesses dois shoppings, sendo 12 no Boulevard Shopping e 14 no Pier 21. Evitamos duplicações de restaurantes, visto que há restaurantes que atendem nos dois shoppings.

O critério previamente estabelecido para este estudo foi a validade apenas de estrangeirismos, ou seja, os termos que não sofreram nenhuma adaptação fonética ou fonológica, para os quais foram elaboradas as devidas definições no dicionário especializado. Palavras estrangeiras que sofreram alterações para assumir a escrita da língua em que foi inserida (no caso deste trabalho a língua portuguesa), fenômeno chamado de empréstimo linguístico, não foram levadas em consideração na pesquisa.

Para obtenção do material necessário para realização da pesquisa, foi feita inicialmente uma análise dos termos em todos os restaurantes e lanchonetes presentes nos *shoppings*, mais especificadamente nos cardápios desses estabelecimentos. O procedimento utilizado para a coleta dos dados se deu por meio de anotações das unidades lexicais estrangeiras e captura de fotos dos cardápios.

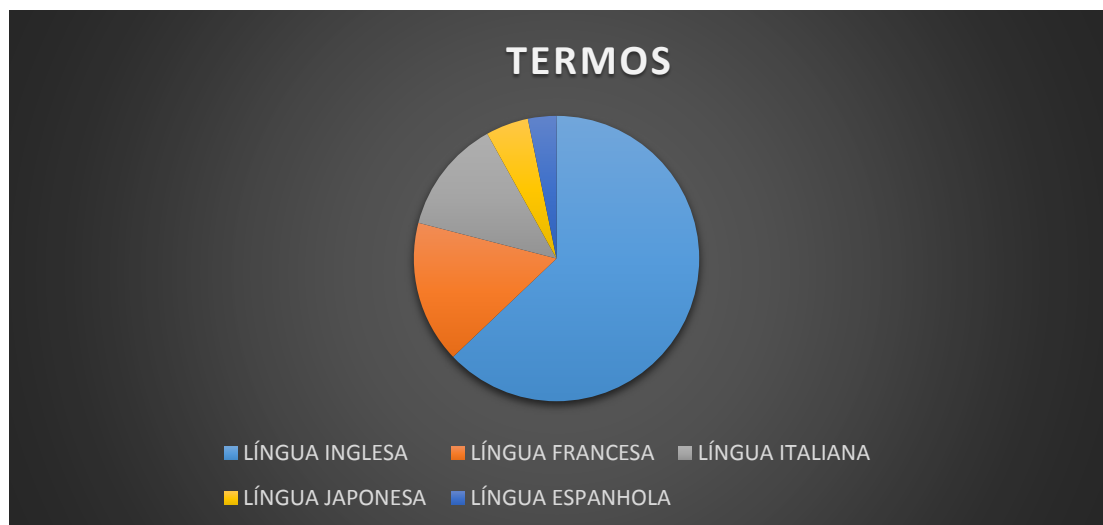
Na confecção de um glossário, logo após a validação dos termos relevantes ser feita, normalmente começa-se a elaboração e preenchimento das fichas terminológicas, as quais contêm toda a informação pertinente do termo para o trabalho em questão. Em geral, uma ficha terminológica é composta por diversos

campos, a critério do pesquisador. No nosso caso, no entanto, todos os termos do glossário pertencem à mesma categoria gramatical (substantivos), não possuem siglas, não estavam dispostos em frases e foram encontrados no mesmo contexto, ou seja, no mesmo documento fonte (os cardápios). Por esse motivo, julgamos dispensável a elaboração de tais fichas.

Feito esse levantamento, foi realizada uma separação das palavras estrangeiras encontradas nesses escritos na sua língua correspondente e por fim foi concebida a definição de cada termo, com a ilustração correspondente, originando o glossário.

4. RESULTADO: GLOSSÁRIO DOS ESTRANGEIRISMOS

O glossário contém cerca de 62 verbetes (39 em inglês, 10 em francês, 9 em italiano, 3 em japonês e 1 em espanhol), apresentados em ordem alfabética, com as devidas ilustrações, separados por sua língua de origem correspondente.



LÍNGUA INGLESA

A



AVOCADO: Fruta comestível do abacateiro.

B



BACON: Carne de porco passada por processo de defumação.



BAKED POTATO: Batatas assadas inteiras e com casca, recheadas com os mais diversos ingredientes, à escolha do consumidor.



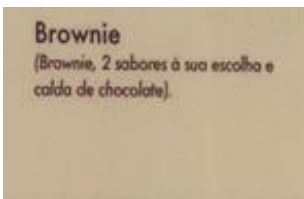
BARBECUE: Molho com sabor de churrasco.



BEEF: Carne bovina.



BOWL: Recipiente em formato redondo, muito usado na cozinha, com abertura no topo com profundidade suficiente para armazenar alimentos. Pode ser de vidro, plástico, barro, etc.



BROWNIE: Bolo de chocolate quadrado ou redondo, servido em pequenas quantidades.



BURGER: Bife redondo de carne moída compactada.
2. sanduiche feito com esse bife.

C



CHEESEBURGER: Sanduíche de hambúrguer acrescido de queijo fatiado derretido.



CHEESECAKE: Torta doce de queijo fresco geralmente coberta com doce de frutas.



COFFEE: 1. Semente do cafeeiro 2. Bebida feita desse fruto depois de seco, torrado e moído. 3. Estabelecimento onde se toma café e outras bebidas.



COOKIE: Biscoitos amanteigados em formato de disco com sabor baunilha e pedaços de chocolate mesclados.



CREAM CHEESE: Queijo branco suave e cremoso.

D



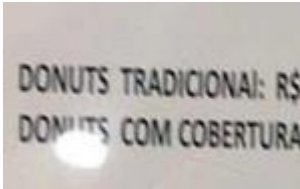
DELIVERY: - Meio de entrega de comida em domicilio, serviço oferecido por restaurantes e bares.



DESSERT: Iguaria doce consumida no final de uma refeição.



DETOX: Denominação dada aos produtos alimentícios que auxiliam no processo de desintoxicação, eliminando toxinas do corpo.



DONUTS: Um tipo de rosca popular nos EUA.



DRINK: Mescla de bebidas normalmente alcoólicas com outros ingredientes.

F



FRIES: Batatas cortadas em formato de tiras e depois fritas.

G



GRILL: 1. Assado ou tostado na grelha.

H

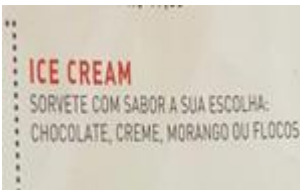


HAPPY HOUR: Período do fim da tarde, após o trabalho, em que colegas se reúnem para confraternizar.



HOT DOG: Tipo de sanduíche feito com salsicha quente servido em um pão alongado.

I



ICE CREAM: Iguaria doce que tem por base leite ou suco de frutas, que se consome gelada.

L

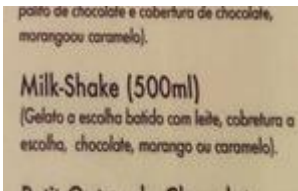


LIGHT: Termo usado para identificar a redução de nutrientes ou calorias em detrimento ao produto original.



LONG NECK: Tamanho da garrafa de cerveja de 330 ml ou 355 ml, consumida diretamente na garrafa, sem necessidade de colocar em copo.

M



MILK-SHAKE: Bebida à base de leite, e outros ingredientes, normalmente frutas e sorvete, batidos no liquidificador.

O



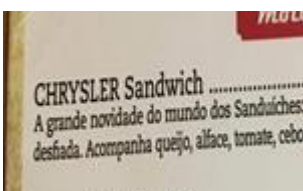
ONION RINGS: Petisco que consiste em cebolas empanadas em formato de anéis.

R



RED VELVET CAKE: Bolo aveludado com massa bem vermelha, obtida por uma grande quantidade de corante vermelho, geralmente com diversas camadas recheadas de mingau e manteiga.

S



SANDWICH: conjunto de duas fatias de pão, entre as quais se põe uma ou mais camadas de diversos ingredientes (carne, presunto, queijo, ovo, alface, tomate etc.)



SHOT: Dose única de qualquer bebida alcoólica, servida em um copo pequeno e que normalmente se bebe em um único gole.



SNACK: Qualquer tipo de refeição rápida.



STEACK: Uma unidade de carne grelhada.



STEAKHOUSE: Restaurante especializado em bifes bovinos grelhados ou assados.



SUNDAE: Sobremesa feita com bolas de sorvete coberta com calda cremosa, chantilly e castanhas

T



TEA: Infusão preparada com ervas, podendo ser consumido quente ou gelado.



TOPPING: Diversos tipos de ingredientes usados em cima de outros alimentos para dar sabor extra, como coco ralado, raspas de chocolate, castanhas, morango, biscoito waffle, pistache, etc.

W



WHISKY: Bebida alcoólica destilada, produzida a partir da fermentação de grãos, envelhecida em barris.



WINE: Bebida alcoólica, proveniente da fermentação do sumo de uvas ou de outros frutos.



WRAP: Tipo de sanduíche enrolado em um pão de massa fina, recheado com os mais diversos tipos de ingredientes indo dos salgados até os doces, podem ser quentes ou frios. Geralmente são feitos com ingredientes leves, tornando-se assim a preferência de quem está de dieta.

LÍNGUA FRANCESA

B

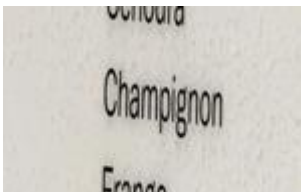


BUFFET: Serviço oferecido para facilitar servir refeição a uma grande quantidade de pessoas, a comida é disposta em grandes mesas nas quais cada um se serve do que desejar.

C



CHAMPAGNE: 1. Vinho espumante branco ou rosado, produzido em Champagne na França. 2. Qualquer vinho semelhante a esse.



CHAMPIGNON: Cogumelo comestível usado em vários pratos.



CHANTILLY: Creme de leite fresco batido e açucarado.



CHOPE: Cerveja fresca servida em barril sob pressão. 2. Um copo ou uma caneca dessa cerveja.

CROISSANTS

CROISSANT: Pequeno pão de massa folhada em formato de meia lua, que pode ser recheado ou não.

G



GOURMET: Produtos ou refeições mais elaboradas, com ingredientes de alta qualidade, com apresentação sofisticada, que agrada os paladares mais requintados.

M



MENU: Relação com detalhes dos pratos servidos em uma refeição.

P



PETIT GÂTEAU: Pequeno bolo de chocolate com recheio cremoso, geralmente servido com sorvete.

S



SAUTÉ: Termo usado para alimentos cozidos com um pouco de gordura, podendo ser manteiga ou óleo em fogo alto.

LÍNGUA ITALIANA

B

BRUSCHETTA NAPOLETANA

Pão frito, provolone, alicha, rúcula e azeitonas pretas.

BRUSCHETTA: Aperitivo de preparo rápido e fácil, feito com pão tostado e diferentes coberturas.

C

Cappuccino Aromatizado

Cappuccino Descafeinado

CAPPUCCINO: Bebida quente obtida da mistura de café, leite vaporizado e espuma de leite. Podendo ser adicionado chantilly, canela em pó e chocolate.

M

MOZZARELLA

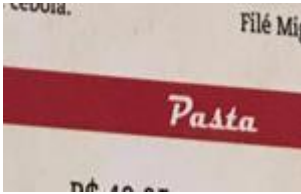
CANHA, MUÇARELA E
DE TOMATE RELAT

MOZZARELLA: Variedade de queijo amarelo vendido a peça inteira com formato retangular ou cortado em fatias.

P



PANINI: Sanduíche com uma infinita possibilidade de sabores prensado e tostado.



PASTA: Mistura de farinha de trigo ou outra qualquer com água ou óleo, e depois são cozidas em água e servidas com diversos tipos de molhos.

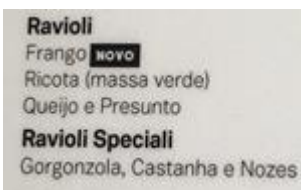


PENNE: Massa curta e oca em forma de cilindro servida com molho de tomate, molho branco, peixe, etc.



PIZZA: Massa redonda coberta com molho de tomate, queijo e outros ingredientes assada no forno. Pode ser vendida inteira ou em pedaços.

R



RAVIOLI: Massa em forma de pequenos quadrados, com recheio de carne, servido com algum tipo de molho e queijo ralado.

S



SPAGHETTI: Tipo de massa em formato de fios, cozida em água e servido com variados molhos.

LÍNGUA JAPONESA

S



SASHIMI: Carne crua de peixes ou frutos do mar fatiados e servidos com molho shoyo ou outros condimentos da culinária oriental.



SUSHI: Bolinho de arroz com formato cilíndrico, envolvido em folha de alga, combinado com peixe, frutos do mar, vegetais ou frutas.

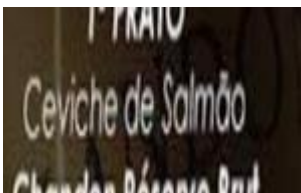
Y



YAKISSOBA: Macarrão chinês com legumes e carnes.

LÍNGUA ESPANHOLA

C



CEVICHE: Prato peruano que consiste em peixe cru de água salgada marinado em limão, servido com batata doce, rodela de cebola roxa e diversos tipos de pimenta.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A influência das línguas faz parte da história do nosso país e tem papel importante na formação da identidade brasileira nos mais diversos campos: político, social, econômico e cultural. Em outras palavras, o idioma está em constante movimento, nomeando o mundo e acompanhando as transformações da sociedade.

O indício dessa forte presença estrangeira no País pode ser observado nesse estudo, mediante a grande quantidade de unidades lexicais estrangeiras encontradas nos estabelecimentos gastronômicos pesquisados. Ao transitarmos pelos restaurantes e lanchonetes dos shoppings nos deparamos com cardápios com diversos estrangeirismos. Destacamos, neste ambiente, termos do inglês, do francês, do italiano, do espanhol, japonês, o que evidencia a forma de comunicação heterogênea presente nesses espaços.

Considerando as ideias acima, é irrefutável a forte influência das línguas na gastronomia brasileira, em especial da língua inglesa, a qual observamos que foi registrada mais vezes nesses escritos e conseqüentemente aparece em maior quantidade no glossário.

É possível concluir ao longo do trabalho, a grande importância do glossário na vida das pessoas, não somente das que já possuem um conhecimento prévio da área, mas também e principalmente por leigos que buscam aprendizado na área para facilitar a compreensão dos itens oferecidos por cada estabelecimento em seu cardápio.

Ciente da importância dos dicionários especializados, poderíamos começar uma nova empreitada no sentido de aperfeiçoar e ampliar o glossário elaborado neste trabalho para incluir vários outros termos presentes em vários outros cardápios espalhados pela cidade de Brasília.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Gladis Maria de Barcellos. **O percurso da terminologia: de atividade prática à consolidação de uma disciplina autônoma**. TradTerm, 2003. p. 211-222.

ALVES, Ieda Maria. **Empréstimo lexicais na imprensa política brasileira**, 1988. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/107628> > Acesso em: 04 jun. 2017.

BEVILACQUA, C. R.; FINATTO, M. J. B. **Lexicografia e Terminografia: alguns contrapontos fundamentais**. São Paulo: Alfa, 2006. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/textecc/textquim/arquivos/03-Bevilacqua-Finatto.pdf>>. Acesso em 02 jun. 2017.

CABRÉ, Maria T. KRIEGER, Maria das G. SANTIAGO, Marcio S. **Terminologia em foco: uma entrevista comentada com Maria Teresa Cabré**. Calidoscópio. V. 11, 2013. p. 328-332.

KRIEGER, Maria da Graça. **A identidade da terminologia e o perfil do Terminólogo**. Revista Trama, v.2, nº 4, p. 155-164, 2006.

KRIEGER, Maria da Graça. **Diversificação e Unificação em Terminologia: fundamentos para a terminografia do Mercosul**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2001.p.95 – 109.

KRIEGER, M. G.; FINATTO, M. J. B. **Introdução à Terminologia: teoria & prática**. São Paulo: Contexto, 2004.

RODRIGUES, Claudia Maria Xatara. **Empréstimos, estrangeirismo e suas medidas**, 1992. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/view/3910/>> Acesso em: 04 de jun. de 2017.

SANTANA, Liviane Gomes Ataídes. **“Cozinheiro Imperial” e “Cozinheiro Nacional”**: um estudo léxico-semântico da gastronomia brasileira do século XIX. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Feira de Santana, 2016.

SANTOS, R. A. dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. 4. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

SHOHAMY, Elana. **Language Policy: Hidden Agendas e New Approaches**. London & New York: Routledge, 2006.

TORII, Rena. **Os processos de integração dos empréstimos linguísticos no português.** Tese de Doutorado. Universidade Estadual Paulista, 2007.

VALADARES, Flávio Biasutti. **Uso de estrangeirismo no português brasileiro: variação e mudança linguística.** Tese de Doutorado. Pontifícia universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2013.