

A DESIGNAÇÃO DE NOME FANTASIA EM LÍNGUA ALEMÃ EM MARECHAL CÂNDIDO RONDON, PARANÁ

EL NOMBRE DE FANTASÍA EN LENGUA ALEMANA EN LA CIUDAD DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON, PARANÁ

THE DESIGNATION OF FANCY NAMES IN GERMAN IN MARECHAL CÂNDIDO RONDON CITY, PARANÁ

Franciele Maria Martiny*

Clarice Nadir von Borstel**

Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE

RESUMO: Este estudo aborda a relação entre língua e cultura, a partir da denominação de nomes fantasias que referenciam empresas comerciais, uma vez que a forma referencial pode resultar do sentido que é dado ao nome, constituído por seu funcionamento linguístico e sociocultural. O objetivo é realizar, dentro do aporte teórico da sociolinguística, uma pesquisa qualitativa e quantitativa em torno das escolhas lexicais (por meio de empréstimos linguísticos/estrangeirismos ou não) feitas pelos empresários ao nomearem seus estabelecimentos. Para tanto, foi realizado o levantamento da origem dos nomes de todas as empresas de Marechal Cândido Rondon, Paraná. Na sequência, a partir do uso de germanismos na escolha do nome comercial, foi realizado um roteiro de entrevista com empresários para identificar a relação entre a escolha lexical e o falante. A partir da investigação verificou-se que, embora o município tenha sido colonizado em sua maioria por descendentes alemães, o uso da língua alemã aparece pouco nas designações comerciais.

PALAVRAS-CHAVE: língua alemã; empréstimo linguístico; denominações comerciais; nome fantasia.

RESUMEN: Este estudio trata de la relación entre lengua y cultura, a partir de los nombres de fantasía que referencian empresas comerciales, ya que la forma referencial puede resultar del sentido que se le da el nombre, constituido por su funcionamiento lingüístico y socio-cultural. El objetivo es realizar, dentro del marco teórico de la sociolingüística, una investigación cualitativa y cuantitativa en torno de las elecciones lexicales (por medio de préstamos lingüísticos/extranjerismos o no) hechas por los empresarios al nombraren sus establecimientos. Para ello, fue realizado un estudio del origen de los nombres de todas las empresas de Marechal Cândido Rondon, Paraná. Después, a partir del uso de germanismos en la elección del nombre comercial, se realizó una guía de entrevista con empresarios para identificar la relación entre la opción lexical y el hablante. A partir de la investigación se verificó que, aunque la ciudad tenga sido colonizada en su mayoría por descendientes alemanes, el uso de lengua alemana aparece poco en las designaciones comerciales.

PALABRAS-CLAVE: lengua alemana; préstamo lingüístico; denominaciones comerciales; nombre de fantasía.

ABSTRACT: This study addresses the relationship between language and culture, from the denomination of fancy names that refer to commercial enterprises, as the referential form can result from the meaning that is given to the name, constituted by its socio-cultural and linguistic functioning. The objective is to carry out, within the theoretical framework of sociolinguistics, a qualitative and quantitative research around the lexical choices (through loanwords/foreigners or not) made by entrepreneurs when naming their commercial enterprises. In order to do this, we performed a survey regarding the origin of the names of all companies in Marechal Cândido Rondon, Paraná. Subsequently, the use of German words when naming companies was verified and interviews were carried out with the entrepreneurs, to identify the relationship between the lexical choice and the speaker. Based on the investigation, it was found that, although the city has been settled mostly by German descendent, the use of the German language appears little in the denomination of fancy names.

KEYWORDS: German language; loanwords; commercial denominations; fancy name.

1 INTRODUÇÃO

Não há como estudar a língua sem levar em consideração a cultura, uma vez que não se pode pensar a linguagem sem considerar aspectos externos a ela, que a influenciam diretamente e indiretamente. Ou seja, “a língua é o testemunho e a prova insofismável do domínio cultural” (CARVALHO, 1989, p. 26).

* Aluna do Doutorado do Curso de Pós-Graduação Stricto Sensu em Letras – nível de Mestrado e Doutorado, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, bolsista da CAPES.

** Professora/Orientadora do Curso de Pós-Graduação Stricto Sensu em Letras – nível de Mestrado e Doutorado, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná.

Partido desse pressuposto, neste estudo, pretende-se verificar os dados de forma quantitativa e qualitativamente por meio da escolha de itens lexicais¹ de língua alemã utilizada por empresários, em Marechal Cândido Rondon, Paraná, ao designarem seus estabelecimentos comerciais, a fim de analisar qualitativamente as inter-relações entre a cultura local e a língua alemã. Isso porque toda cultura requer uma atividade, um intercâmbio realizado em um grupo social, pois a cultura não é um bem a ser protegido, mas “um trabalho que deve ser realizado em toda a extensão da vida social” (CERTEAU, 2008, p. 192).

Nesse sentido, avalia-se que as perspectivas qualitativas e quantitativas podem estar relacionadas em um único estudo, sendo que uma pode complementar a outra, não sendo mais vistas como atitudes opostas, ou uma melhor do que a outra, mas ambas as posturas metodológicas podem ser contempladas em uma mesma pesquisa (FLICK, 2004).

O interesse pela temática se deve pela referida língua minoritária ser considerada de imigração no município, uma vez que se fixaram na localidade os imigrantes alemães e seus descendentes, em 1950. Targanski (2007) é um dos estudiosos que enfatizam a dificuldade de aceitação de outros povos na localidade, pois, cada vez mais, somente grupos homogêneos se estabeleciam, amparados pela empresa responsável pela colonização, que criava empecilhos para intimidar a migração de outros que não fossem descendentes europeus.

Essa situação pode ser confirmada quando Saatkamp (1984) mostra pesquisas de 1956 em que a população rondonense era constituída por 95% de famílias descendentes de alemães, enquanto os 5% restantes pertenciam a famílias italianas ou luso-brasileiras. Até vinte anos atrás, em 1990, a situação permaneceu quase igual, totalizando 85% de descendentes alemães no município.

No entanto, a língua e a cultura desse grupo apresentam uma forte hibridização com a língua e a cultura nacional, dessa maneira “o sistema lexical é a soma de experiências da sociedade e de sua cultura” (CARVALHO, 1989, p. 30), o que denota a variação das línguas, por meio da criação de palavras com base na própria língua nacional, ou de palavras adotadas da língua de origem étnica cultural.

Destarte, a partir dos estudos sociolinguísticos, considera-se que não há homogeneidade linguística, uma vez que todas as línguas apresentam um dinamismo inerente, o que significa dizer que o português falado no Brasil está repleto de enunciados que ilustram a variabilidade linguística.

Por este viés, a partir de um levantamento classificatório das designações nominais e/ou nomes fantasias² das empresas em torno de todo o município rondonense, por meio de um relatório fornecido pelo Setor de Alvará, da Prefeitura Municipal, desenvolveu-se a pesquisa, levando em conta a divisão dos mesmos para identificar a origem étnica e observar, em termos percentuais, se o aporte lexical se caracteriza com a cultura local e com os indivíduos investigados, reportando-se ao que Michel de Certeau (2008) mencionou sobre a prática necessária da cultura para ela existir.

Os germanismos (empréstimos linguísticos na língua alemã com traços dialetais da Alemanha, da Áustria e da Suíça) encontrados serão analisados com o objetivo de relacionar a escolha da designação do nome próprio do alemão ao falante, objetivando refletir, novamente, sobre a relação da cultura com o léxico e o investigado. Pois,

[...] ao nomear por meio de um elemento lexical, esta nomeação se processa por meio de atos sucessivos de cognição da realidade e de categorização da experiência, cristalizando-se em signos linguísticos lexicais com informações fonológicas, morfossintáticas, semânticas e enunciativas. Durante esse processo o ser humano vai criando identificações, formando e modelando e remodelando sua identidade pessoal e social (VON BORSTEL, 2010, p. 41).

¹ Por item lexical se entende, conforme Basílio “[...] um complexo de propriedades morfológicas, sintáticas e semânticas” (2001, p. 54).

² Por nome fantasia (nome comercial ou nome de fachada), entende-se, neste estudo, o nome de uma empresa conhecido pelo público. Este nome nem sempre acompanha igualmente a razão social, que é o nome utilizado perante os órgãos públicos de registro das pessoas jurídicas. O nome fantasia pode ser formado a partir de palavras, siglas ou expressões originadas na razão social, bem como pode ser criado a partir da criatividade do empresário ou de seu consultor de *marketing*. Ao mesmo tempo, o nome fantasia também pode ser a fonte para a elaboração da razão social.

Como resultado preliminar, ressalta-se que a denominação lexical referenciada pelos comerciantes foi em sua maior parte designada na língua portuguesa brasileira, aparecendo em menor escala nomes e denominações em outras línguas, principalmente de origem alemã, inglesa e italiana. Situação que não tem demonstrado a prática da atividade cultural alemã tão propagada em discursos veiculados pelo Poder Público local e pelo setor midiático - como a “cidade mais germânica do Paraná” - na utilização da língua teuta nas nomeações comerciais, uma vez que foi identificado um número quase insignificante de empresas com designações fantasias na língua de herança cultural da comunidade. No entanto, os sobrenomes de origem alemã possuem várias ocorrências, reiterando o grande número de descendentes na localidade.

2 OS ESTRANGEIRISMOS E AS LÍNGUAS DE IMIGRAÇÃO

Os estrangeirismos ou empréstimos linguísticos são o emprego de elementos de outras línguas na língua de uma comunidade (GARCEZ; ZILLES, 2000). Trata-se de um fenômeno frequente na sociedade devido ao contato entre duas ou mais comunidades linguísticas.

Nesse sentido,

[...] diferentes grupos em uma comunidade podem atribuir valores diversos às identidades ligadas aos falantes de outras línguas. Então, os valores associados a um estrangeirismo podem muitas vezes ser conflitantes dentro de uma comunidade que faz o empréstimo (GARCEZ; ZILLES, 2000, p. 16).

Com relação ao assunto, podem ser mencionados os nomes em inglês encontrados no português brasileiro, os quais, possivelmente, demonstram que os falantes

[...] tendo em mente a representação que fazem de certos falantes de inglês, associam a eles e, por extensão, à língua inglesa, valores que vão desde dinamismo progressista, consumo e comodidade, avanço tecnológico e poder vigoroso, valores aos quais desejam se associar, [...], valores que desejam combater (GARCEZ; ZILLES, 2000, p. 16).

No entanto, o que se tem é que grande parte da discussão política e social sobre comportamentos e atitudes de grupos linguísticos trata apenas de discursos artificiais em torno do uso de prestígio da língua de uma determinada comunidade, pois nem sempre é fácil determinar o que é parte legítima do português de hoje e que era considerado um estrangeirismo ontem.

Sobre a diferença entre empréstimo e estrangeirismo, “o empréstimo é o estrangeirismo adaptado de várias formas” (CARVALHO, 1989, p. 47). Assim, os estrangeirismos podem ter diversas origens, sendo as palavras do francês denominadas de galacismo; do alemão, germanismo; do espanhol, castelhanismo; do italiano, italianismo e do inglês anglicismo (CARVALHO, 1989).

Todavia questões de prestígio também envolvem a escolha e legitimação de um determinado empréstimo.

[...] assim percebemos que a decisão quanto à legitimidade de um empréstimo como digno de uso prestigioso pela comunidade passa pelo consenso tácito de toda a comunidade, após certo tempo. Isso não surpreende, pois é o que acontece com quase todos os fatos da língua [...] (GARCEZ; ZILLES, 2000, p. 21).

Situação também presente na própria variação interna à língua. A não aceitação do uso de estrangeirismos acontece, em grande parte, como defesa por uma língua portuguesa considerada pura, única. Os exemplos que podem ser citados são: a Lei Federal 1676/1999 do deputado Aldo Rebelo e o projeto de Lei Estadual 65/2000 da deputada Jussara Cony, os quais convocam o debate público sobre a matéria. Garcez e Zilles chamam de “ideário nacionalista” esse posicionamento contrário ao uso de estrangeirismos, pois os mesmos seriam considerados ameaças à unidade da língua nacional (GARCEZ; ZILLES, 2000, p. 27).

Porém, o que deveria chamar a atenção é que “o que um nome designa é construído simbolicamente. Esta construção se dá porque a linguagem funciona por estar exposta ao real enquanto constituído materialmente pela história” (GUIMARÃES, 2002, p. 91).

Muitas questões externas à língua estão envolvidas na escolha lexical do falante, possibilitando, por meio da sociolinguística, analisar as relações que se constituem entre as estruturas sociais e o funcionamento do sistema linguístico.

Portanto,

[...] com a sociolinguística a linguagem passa assim a ser concebida como criação ligada diretamente ao falante que a usa, no meio social em que vive. Essa faculdade que o homem possui é dinâmica e se constitui por um organismo gerador (onomasiológico) e um interpretador (semasiológico). (CARVALHO, 1989, p. 25).

A referida autora menciona também os tipos de contato linguístico que resultam em empréstimos íntimos podendo estar relacionados, neste caso, à imigração alemã na América, uma vez que os imigrantes trazem ou utilizam traços seus para a língua dominante do país (como no caso do português brasileiro), na região onde se instalam/instalaram.

Como a situação que acontece na Região Sul do Brasil, quando os teuto-brasileiros se instalaram a partir do século XIX. Também o processo histórico de colonização do município de Marechal Cândido Rondon, região Oeste do Paraná, teve influência da Empresa Colonizadora Maripá, a qual direcionou a instalação desses na localidade.

Consequentemente, pelo contato linguístico, a língua alemã a partir de vivências do cotidiano e da categorização da experiência, cristalizou-se no léxico com informações fonológicas, sintáticas, semânticas e pragmáticas no município, assim como a cultura do falante, pois ambas estão relacionadas e são indissociáveis. Embora grande parte da população falasse a língua alemã e seus dialetos regionais e locais de origem cultural, durante a colonização e os anos seguintes, a referida língua de imigração era/é considerada minoritária devido ao seu prestígio social no cenário brasileiro (FRITZEN, 2008).

Ademais, há empréstimos e estrangeirismos nos comércios rondonenses também realizados com base em outras culturas e línguas presentes na região. O que representa um processo comum inserido no pluralismo linguístico, pois outros povos e culturas fizeram parte da história da língua portuguesa e continuam fazendo.

Situação que se encontra em todo o território brasileiro, onde, nos primeiros dois séculos de colonização, o contato do português se deu principalmente com línguas da família Tupi-Guarani. A miscigenação com a população indígena levava ao bilinguismo (HEYE; VANDRESSEN, 2006). Mais tarde, houve o contato do português com as línguas africanas, que começou com as navegações portuguesas ao longo da costa africana e, no século XVIII, o contato com as línguas de imigração, principalmente asiáticas e europeias.

Os fatores sociais que tiveram maior influência na manutenção ou perda das línguas minoritárias foram, consequentemente, o isolamento *versus* contato, a organização escolar na comunidade, a religião, participação política e serviço militar, o papel da imprensa e da literatura teuto-brasileira e as políticas linguísticas de nacionalização (HEYE; VANDRESSEN, 2006).

Somente, mais recentemente, é que houve o reconhecimento do Brasil em direção ao plurilinguismo pela Constituição Federal de 1988, garantindo o direito linguístico e cultural aos povos indígenas (Art. 210 e 230). Como desdobramento, há também a criação de uma modalidade de ensino pautada pela interculturalidade, pelo uso das línguas maternas vernáculas e pela participação comunitária. Momento em que o país assumiu as *políticas linguísticas internas* tendo como reconhecimento o plurilinguismo no que tange aos direitos culturais e à diversidade linguística.

Com essa forma de valorização das línguas, houve a publicação, no país, da *Declaração Universal dos Direitos Linguísticos*, que mostra a violência da construção unitária cultural e linguisticamente empreendida, primeiramente, pelo estado português e, posteriormente, pelo estado brasileiro. O documento também atenta para a relevância do reconhecimento da pluralidade cultural e linguística do Brasil (OLIVEIRA, 2003).

Além disso, o *Instituto de Investigação e Desenvolvimento em Política Linguística* (IPOL) vem desenvolvendo diversas ações a fim de expandir os espaços para a realização de políticas públicas para a valorização das

línguas. Foi publicado pelo IPOL, em 2011, o primeiro Inventário da Língua Guarani-Mbyáa (MORELLO; SEIFFERT, 2011).

Menciona-se também a cooficialização de algumas línguas. Sabe-se que são faladas atualmente no Brasil 180 línguas indígenas, aproximadamente 30 línguas de migração e duas línguas brasileiras de sinais/LIBRAS (CAVALCANTI, 1999).

Com essa nova forma de gestão do plurilinguismo e com o reconhecimento de direitos das *políticas linguísticas internas*, houve a possibilidade da cooficialização de línguas no âmbito municipal.

O primeiro município foi São Gabriel da Cachoeira, no Ato Rio Negro, no estado do Amazonas, que, de acordo com a Lei Municipal nº 145/2002, cooficializou as línguas nheengatu, tukano e baniwa. No referido município, as mídias impressas e televisivas deverão contemplar a nova política de linguística interna sobre o plurilinguismo.

Além dessas línguas indígenas cooficializadas, há também a língua guarani, no município Tacuru, no Mato Grosso do Sul.

No país, não somente as línguas indígenas foram cooficializadas, mas há também o processo em andamento das línguas de imigração e de seus descendentes, como a língua pomerana (ou *pommersch*), no município de Santa Maria de Jetibá, Pancas e Vila Pavão no Espírito Santo; a língua alemã em Pomerode e as línguas hunsriqueana (ou *Hunsrückish*) no município de Antonio Carlos, em Santa Catarina; a língua vêneta denominada de *talian*, no município de Serafina Correia, no Rio Grande do Sul. Outras línguas indígenas e de imigrantes estão em estudo em outros municípios do Brasil, em busca da cooficialização.

Ao abordar traços de línguas em contato em cidades do Oeste do Paraná, observam-se as diversas variedades linguísticas presentes na região e, por conseguinte, na escola. Essa situação abrange todo território nacional, uma vez que,

No Brasil, mesmo que se tenha oficialmente a língua portuguesa como língua institucionalizada, e, o país seja visto como monolíngüe, como também, não é possível deixar invisível a existência de grupos étnicos, mesmo que minoritários; assim não é possível deixar de levar em consideração a inter-relação de culturas e identidades sociais em contextos simples ou complexos de aproximação de línguas e culturas. O ambiente específico é a escola em que se encontram crianças e jovens, revelando-se culturalmente e convivendo com a diversidade cultural. (VON BORSTEL, 2007, p. 104).

Porém, essa discussão em torno das questões culturais, sociais e linguísticas não é efetivamente trabalhada em sala de aula e menos ainda em outros âmbitos da sociedade. Até porque somente mais recentemente é possível observar que se está pesquisando e redescobrimo o multiculturalismo e o plurilinguismo brasileiro, evidenciado nas minorias linguísticas, por meio de leis e estudos acadêmicos como, por exemplo, de Damke (1988), von Borstel (1992; 1999; 2011), Pereira (1999), Ribeiro (2006), Souza (2011), entre outros, em contextos migratórios.

Von Borstel (1999) e Pereira (1999), ao pesquisarem minorias linguísticas na Região Oeste do Estado paranaense, consideram-na como sociolinguisticamente complexa. Essa situação deve-se a alguns fatores, por exemplo, a localização próxima às áreas de tríplice fronteira entre Brasil/Argentina/Paraguai, a presença de comunidades indígenas em alguns municípios, bem como as (i)migrações de italianos, alemães, poloneses e outras etnias na região.

Dessa forma, verifica-se que há, na localidade, uma diversidade linguística expressiva, uma vez que muitas línguas são faladas além do português, sendo que a modalidade oral é a mais utilizada nas manifestações linguísticas.

3 AS DENOMINAÇÕES COMERCIAIS RONDONENSES

As palavras, basicamente, possuem a função de nomear ou categorizar seres, eventos ou tipos resultantes de classificações. “Já a formação de enunciados teria como função básica a referência a seres ou eventos, estados, situações, etc., estabelecendo entre estes e/ou com o falante e/ou ouvinte” (BASÍLIO, 2001, p. 66).

Portanto, na construção de enunciados leva-se em consideração a adequação de uma “ideia contida em um item lexical às necessidades de utilização daquela ideia – ou daquele item [...]”. Uma das funções, assim, para a formação de enunciados, é a de denominação, para oferecer “novos rótulos para novas categorizações” (BASÍLIO, 2001, p. 66).

A partir da separação e classificação das denominações de nomes fantasias escolhidas para os estabelecimentos comerciais de Marechal Cândido Rondon, constatou-se que a maior parte das denominações foi efetuada a partir da língua portuguesa.

No relatório, de 8.419 empresas, 2.044 possuem a designação de nomes fantasias e os demais apenas aparecem registradas apenas com um número de identificação e respectivo número de telefone.

Assim, baseando-se nas 2044 empresas que possuem essas designações, fez-se o levantamento quantitativo para verificar o número de ocorrências em cada língua, na portuguesa e nas demais.

Quadro 1 – Designações de nomes fantasias das empresas rondonenses

Origem do nome	Número de ocorrências	A designação do nome fantasia– O total de 2044
Português Brasileiro	1221	59,74%
Alemão	228	11,15%
Inglês	157	7,68%
Italiano	116	5,67%
Português de Portugal	64	3,14%
Latim	37	1,82%
Francês	16	0,78%
Polonês	12	0,58%
Outros	193	9,44%

Conforme pode ser verificado, no Quadro 1, a maior parte do comércio, (mais da metade – 59,74 %), foi nomeada com base no português, língua oficial brasileira, o que é uma tendência geral no país, principalmente porque as línguas minoritárias por muito tempo foram combatidas pelo Estado. Nesse sentido, mencionam-se as ações políticas em torno da língua, por meio das políticas linguísticas e educacionais, as quais foram responsáveis por grande parte do desaparecimento das línguas indígenas e, de semelhante forma, à diminuição e/ou desaparecimento das línguas de imigrantes devido ao uso de decisões coibitivas ao longo da história linguística brasileira. Podem ser citadas as duas guerras mundiais que influenciaram diretamente na busca do monolinguismo do português, como língua única e oficial, no país.

Na região Sul, a situação de repressão às línguas minoritárias, conforme Altenhofen (2004), era constante devido ao “perigo” de se criar um estado alemão na região, como temia o governo brasileiro. Portanto, tanto o Estado Português e, após, o Estado Brasileiro tiveram por política linguística, durante quase toda a história, impor o português como a única língua legítima no território brasileiro.

Como aponta Oliveira (2009), a história linguística do Brasil poderia ser contada pela sequência de políticas linguísticas homogeneizadoras e repressivas às demais línguas que não fossem o português, por meio de violenta repressão linguística e cultural em busca do projeto de instauração do monolinguismo.

Situação que provocou, em 1938, pelo Governo do Estado Novo, a total proibição do uso das línguas de imigrantes e, como consequência disso, o fechamento de várias escolas de colônias de imigrantes, projeto que ficou conhecido como ‘Nacionalização do Ensino’.

Devido a essas políticas foram fechadas escolas de associações religiosas/étnicas das comunidades de alemães e a língua tendeu a diminuir em todo o território nacional, sendo o português a única língua ser ensinada e que, conseqüentemente, foi substituindo as línguas de imigração.

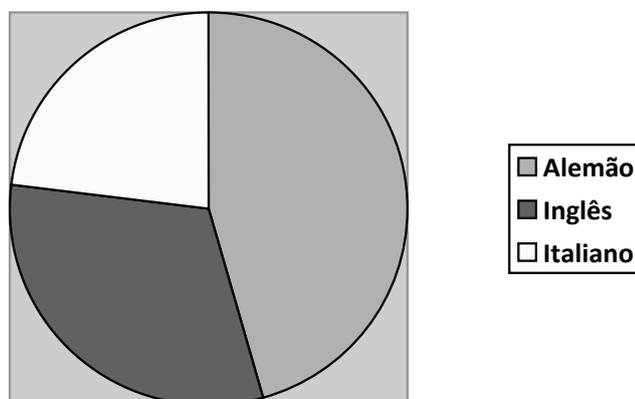
No contexto do Oeste do Paraná, a exemplo das cidades gaúchas, a proibição do falar alemão nas escolas também se devia à crença de que as crianças somente aprenderiam o português quando deixassem de falar a

língua étnica - atitude que ainda pode ser notada no discurso e em diversas práticas didático-pedagógicas em escolas dessas comunidades (SCHNEIDER, 2007). Mais uma situação que inibiu o bilinguismo alemão/português.

Após o uso da língua portuguesa, conforme o Quadro I, aparece a escolha de nomes comerciais com base nas línguas alemã (11,15%), inglesa (7,68%), italiana (5,67%), língua portuguesa de Portugal (3,14), latina (1,82%), francesa (0,78%) e polonesa (0,58%). Na categorização “outros” está relacionada a soma da designação de nomes fantasias das demais línguas encontradas, sendo elas: espanhola, francesa, polonesa, eslava, russa, indígena, holandesa, belga, japonesa, húngara, árabe, grega, austríaca, aramaica, checa e hebraica, as quais possuem menos de 10 ocorrências cada e, portanto, não foram contempladas separadamente no quadro.

Dessa maneira, entre as línguas estrangeiras encontradas no *corpus* de análise, as que foram mais registradas pelos empresários foram as línguas: alemã, inglesa e italiana, o que pode ser conferido no Gráfico 1:

Gráfico 1 – Designação nas línguas alemã, inglesa e italiana



Como já arrolado no referencial teórico deste estudo, é no nível lexical da linguagem que se podem observar informações fonológicas, semânticas e sintáticas, além de modificações e influências culturais que direcionam a opção dos termos utilizados no processo de interação entre os falantes de uma determinada comunidade.

Portanto, com base no Gráfico 1, nota-se que na comunidade rondonense, com exceção dos nomes inseridos na língua nacional (português brasileiro), os empresários optaram por designar nomes fantasias, principalmente, com base em duas línguas minoritárias de imigração da região Oeste do Paraná, alemão e italiano, recorrendo também à língua inglesa, uma vez que o nome em inglês gera *status* ao comércio (RAJAGOPALAN, 2005).

De maneira geral, o inglês é uma língua de prestígio na sociedade brasileira e usada constantemente para nominar na mídia impressa e em programas televisivos e estabelecimentos comerciais, principalmente aqueles que estão relacionados à informática, telefonia ou novas tecnologias.

Já a língua alemã, conforme menciona Fritzen (2008), sempre foi considerada minoritária/minorizada no Brasil, embora em regiões do Sul do país, em alguns municípios, ela era/é falada pela maioria da população. Portanto, uma língua é considerada minoritária não pelo número de seus falantes, mas devido ao seu prestígio social. Assim, “para a sociedade majoritária, quem, pois, fala alemão é visto como *colono*, esse tem pouca instrução e fala um *dialeto*, isto é, uma língua considerada inferior” (FRITZEN, 2008, p. 144, grifos da autora).

O termo *colono* é retomado nos estudos de Queirós (1999). A autora menciona que esse possui uma origem histórica bem definida, pois está relacionado ao processo de colonização por imigrantes europeus, baseada na agricultura familiar, em pequenas propriedades. No início da colonização, o termo *colono* designava os imigrantes e, ao mesmo tempo, significava carência de certos atributos considerados positivos.

Colono remetia à noção de pessoa com carência de ambição, de traquejo social, de elegância, de postura corporal e comportamental, de senso de oportunidade e de progresso, de arrojo, de perspicácia e de sagacidade. Por sua vez, colono significa grossura de comportamento (TEIXEIRA apud QUEIRÓS 1999, p. 64).

Porém, essa carga pejorativa de “alemão grosso” começou a declinar após a década de setenta no município rondonense e a mecanização na agricultura auxiliou para que certos adjetivos fossem revistos, passando a ser designado como agricultor, adquirindo *status* na referida profissão (QUEIRÓS, 1999).

Mesmo sendo o alemão a língua de imigração dos seus descendentes, no município focalizado neste estudo, verifica-se que não há diferença expressiva entre as escolhas de nomes nas três línguas estrangeiras com maior ocorrência.

Ao retomar o conceito de que “uma produção social é a condição de uma produção cultural” (CERTEAU, 2008, p. 8), não se verifica a produção social da língua alemã como prática cultural na nomeação do comércio local, o que pode denotar o baixo prestígio da língua na comunidade pelos descendentes ou não descendentes.

Além disso, com base no Quadro 2, sobre os nomes de empresas na língua alemã, nota-se que a grande maioria é composta pelo sobrenome na língua de imigração do possível proprietário e uma porcentagem mínima é composta de designações de nome fantasia na língua alemã.

Quadro 2 – A escolha dos nomes fantasia na língua alemã

A designação de nomes próprios na língua alemã	Total de 234	
Nome completo	25	10,69%
Sobrenomes	195	83,33%
Primeiro nome	8	3,42%
Designações de nomes fantasia	6	2,56%

Analisa-se que a preferência pelos empresários foi a de colocar o nome próprio, completo ou não (soma de 97,44%), ao invés de colocar uma denominação na língua alemã (germanismos), o que somou apenas 2,56% do total de designações de nomes fantasias de origem germânica.

Contrastando com a língua inglesa, a situação é exatamente contrária. De 158 ocorrências de anglicismos, apenas três empresas possuem um nome de pessoa ou sobrenome como nome fantasia, as demais possuem denominações, o que pode ser visto no Quadro 3:

Quadro 3 - Separação de nomes/sobrenomes e denominações na língua inglesa

Nomes de empresas na língua inglesa	Total de 158	
Sobrenomes	2	1,26%
Primeiro nome	2	1,26 %
Designações de nomes fantasia	154	97,48%

Nota-se que a escolha do nome fantasia, a partir da utilização da língua inglesa, ficou centrada em sua maior parte - quase 98% do total de ocorrências - em denominações e não em um nome ou sobrenome do possível proprietário, como o ocorrido na língua alemã em que a situação foi exatamente o contrário. O que confirma o prestígio do inglês na comunidade pelo uso da referida língua como estratégia de divulgação das empresas em se tratando de denominações. No entanto, o alemão sobressai na escolha geral dos nomes de estabelecimentos centrados nos sobrenomes dos proprietários. Até porque, na região, praticamente não há imigrantes de descendência inglesa.

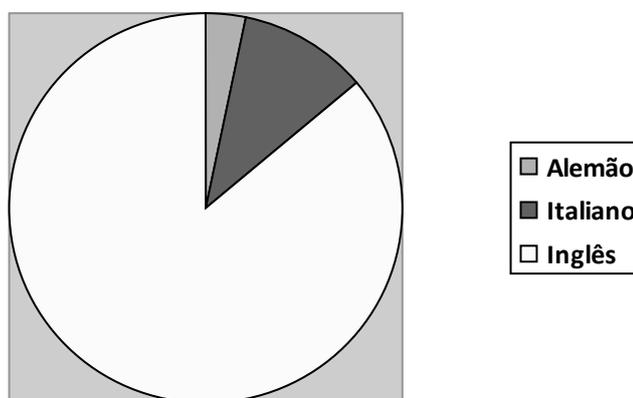
Semelhante ao que foi verificado com relação aos germanismos pode ser constatado com relação aos italianismos, conforme se apresenta no Quadro 4, a seguir:

Quadro 4 - Separação de nomes/sobrenomes e denominações na língua italiana

Nomes de empresas na língua italiana	Total de 116	
Sobrenomes	90	77,59%
Primeiro nome	7	6,03 %
Designações de nomes fantasia	19	16,38%

De acordo com o Quadro 4, verifica-se que a maior parte dos empresários optou por colocar os sobrenomes em língua italiana dos possíveis empresários como designações de nomes fantasias dos estabelecimentos comerciais. Apenas 16,38% das empresas optaram por denominações na referida língua. Mesmo sendo uma porcentagem não tão expressiva, como no caso das designações em inglês (Quadro 3), a língua italiana ainda foi mais utilizada nas designações comerciais rondonenses do que a língua alemã. O que não era esperado, uma vez que a maioria da população é descendente de alemães, como já mencionado.

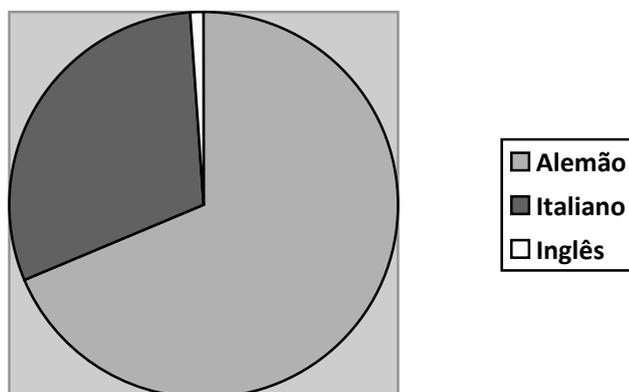
Gráfico 2 - Designações comerciais nas línguas alemã, inglesa e italiana



No Gráfico 2, fica evidenciada a mudança de escolha entre as três línguas estrangeiras (alemã, inglesa e italiana) quando se compara a diferença entre elas com relação à ocorrência de designações de nomes fantasias com base em denominações e não em nomes e sobrenomes dos empresários. Nesse caso, comprova-se, mais uma vez, que as designações de nome fantasias escolhidas a partir da língua inglesa sobressaem bastante entre as três, seguida da língua italiana e, somente após, aparecem as designações comerciais na língua alemã, que é a de imigração no município rondonense.

A situação inverte-se quando se leva em consideração, no corpus, a utilização de nomes fantasias a partir do uso de sobrenomes e nomes próprios dos possíveis proprietários dos estabelecimentos comerciais.

Gráfico 3 - A designação comercial com nomes próprio/sobrenome nas línguas alemã, inglesa e italiana



A situação descrita, anteriormente, pelo Gráfico 2, fica inversa quando analisado o Gráfico 3, que considera a escolha do nome fantasia com base em nome próprio ou sobrenome dos possíveis proprietários. Nesse caso, é o alemão que fica bastante evidente em relação às duas outras línguas estrangeiras, uma vez que se sabe que a maior parte da população rondonense é descendente de imigrantes alemães e, portanto, grande parte dos moradores do município possui nome ou sobrenome na língua de imigração.

Destarte, com base nesses dados, nota-se que a opção de nomes fantasia em língua alemã retrata pouco a cultura alemã divulgada constantemente pelo Poder Público e pela mídia impressa e televisiva na cidade, e, embora os empresários tenham ascendência alemã (verificada pelo uso do sobrenome), não há a valorização da língua nas designações comerciais do município.

4 A VISÃO DOS EMPRESÁRIOS SOBRE AS DENOMINAÇÕES COMERCIAIS

Após a verificação dos dados quantitativos, analisados na seção anterior, foi realizado um roteiro de entrevista com os seis empresários que, em princípio, colocaram nomes fantasias na língua alemã em seus estabelecimentos. Porém, durante a pesquisa de campo, constatou-se que apenas quatro das ocorrências mencionadas são denominações na referida língua de imigração, pois em uma delas *Staats e Cia* descobriu-se que *Staats* é o sobrenome do proprietário e não teve como uso o substantivo *Staat*, como se acreditava no início do estudo, que seria a tradução para o português de “estado”. Já na empresa *Oral Diagnose*, constatou-se que a escolha do vocábulo *Diagnose* - embora pudesse pertencer à língua alemã ou à língua inglesa - de acordo com os proprietários, a escolha não se deve pelo conhecimento em torno de uma das línguas referenciadas, o que seria um estrangeirismo, mas porque eles queriam uma palavra abreviada de “Diagnóstico” e optaram pela escolha do item lexical *Diagnose* como uma maneira de abreviação na língua portuguesa.

Devido às constatações relacionadas, na sequência, serão apresentadas as análises qualitativas das entrevistas com os quatro empresários acerca do uso de germanismos em seus estabelecimentos comerciais.

Figura 1 - Fachada da empresa *Dein Haus* – Marechal Cândido Rondon (PR)



Fonte: Fotografia de Franciele Martiny, batida em outubro de 2012.

A *Dein Haus* é uma lanchonete localizada no centro da cidade rondonense, que tem funcionamento apenas nas sextas-feiras e sábados à noite. A tradução do nome para o português é “Sua casa” ou “Tua casa”, sendo os itens lexicais traduzidos, conforme o dicionário bilíngue Langenscheidt (2001):

dein [ˈdain] ~ (o) teu; *bras* o seu (LANGENSCHIEDT, 2001, p. 742).

Haus [ˈhaus] *n* <-es;er> casa (LANGENSCHIEDT, 2001, p. 859).

Na língua portuguesa, os mesmos vocábulos, em dicionário monolíngue português, aparecem com semelhante tradução:

seu *pron. / pron. poss.* Determina um substantivo (coisa ou pessoa) relacionado à(s) pessoa(s) de quem se fala, significando: 1.1 pertencente à(s) pessoa(s) de quem se fala (dele[s], dela[s] ou a quem se fala [...]) 1.2 que lhe(s) compete ou é devida. (HOUAISS; VILLAR, 2009, p. 1.739).

casa *s. f.* 1 edifício de formatos e tamanhos variados, geralmente de um ou dois andares, quase sempre destinado à habitação [...] 5 lugar destinado a encontros, reuniões ou à moradia de certas categorias de pessoas, cujos os interesses, origens e cultura por vezes representa ou expressa <c. do estudante> <c. dos artistas> 6 estabelecimento ou firma comercial. (HOUAISS; VILLAR, 2009, p. 415).

A diferença é que na língua alemã o substantivo casa é neutro *das Haus*, enquanto no português o substantivo é feminino *a casa*. O proprietário do referido estabelecimento contou que há sete anos é responsável pela direção da lanchonete e que não foi ele que escolheu o nome do local, pois é o quarto dono. No entanto, quando adquiriu as instalações, decidiu continuar com a denominação porque tem ascendência germânica e considerou o nome fantasia adequado com a história e a cultura da localidade.

Além disso, por conhecer um pouco de língua alemã, herdada de seus pais, o comerciante disse ser um nome fantasia “atraente” e “convidativo”, uma vez que a tradução do termo é simples, a maioria das pessoas conhece, e também é bem aceito pelos moradores da região, dando a conotação de um espaço acolhedor como a própria casa do cliente, seria a outra casa dele. Também declarou que *Dein Haus* é apenas o nome publicitário da lanchonete e não o de registro³.

Não teve a escolarização na língua de imigração, porque apenas aprendeu com os pais em casa, ou seja, a língua de herança familiar, o proprietário afirma ter dificuldades na pronúncia do alemão, mesmo ao falar o nome do seu estabelecimento comercial. Devido a isso, o entrevistado afirma já ter sido criticado por outros descendentes que falam o alemão padrão. Verifica-se, nesse caso, o preconceito de alguns descendentes de alemães com relação ao falar diferente da forma padrão, a qual é prestigiada. Situação que pode causar a inibição do falar de muitos descendentes que aprenderam dialetos alemães com seus familiares.

O segundo nome fantasia a ser analisado, neste artigo, é da empresa *Pizza Haus*, uma pizzeria também localizada no centro da cidade.

Figura 2 - Fachada da empresa *Pizza Haus* – Marechal Cândido Rondon (PR)



Fonte: Fotografia de Franciele Martiny em outubro de 2012.

³ O registro é aquele feito na Junta Comercial, entendido como a razão social da empresa, que tem abrangência estadual e é constituído pelo nome civil completo ou abreviado de um sócio, de alguns (acrescida a expressão "e companhia" ou "e Cia."), para indicar a existência de outros sócios, além da palavra "limitada", por extenso ou abreviada.

A tradução de *Pizza Haus* para o português é “Casa da pizza”, como o vocábulo *Haus* já foi mencionado no estabelecimento anterior, menciona-se apenas a tradução de *Pizza*, no dicionário bilíngue alemão/português, que aparece como:

Pizza [ˈpitsa] *f* <-; -s a *Pizzen*> pizza (LANGENSCHIEDT, 2001, p. 995).

Como era de se esperar, foi encontrada no dicionário português a tradução com menção à origem italiana da palavra:

pizza /ˈpittisa/ [it.] *s. f.* CUL iguaria de origem italiana, feita de massa de pão em geral aplainada recoberta de queijo, tomate e diversos outros ingredientes, e cozida em forno (HOUAISS; VILLAR, 2009, p. 1.504).

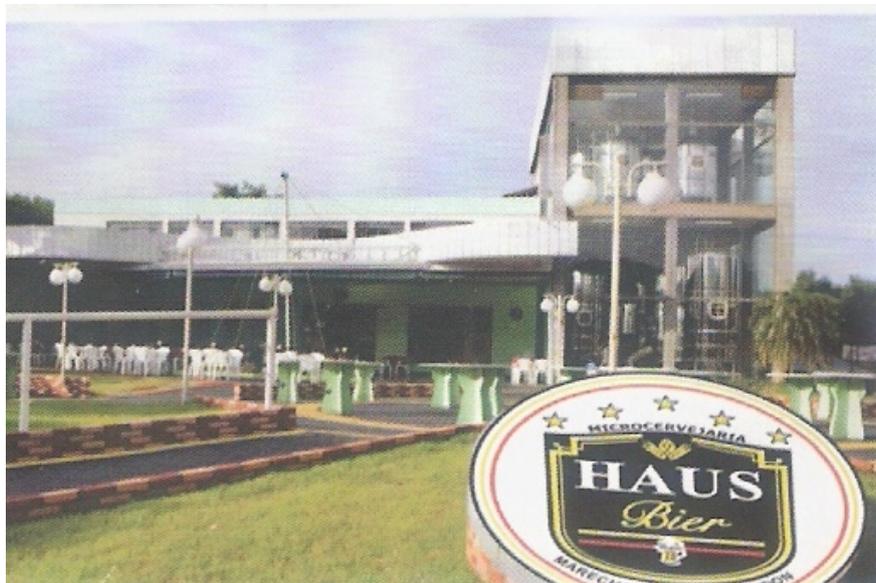
De acordo com informações obtidas com o proprietário da referida pizzeria, a denominação comercial de nome fantasia foi escolhida por ele como estratégia de *marketing* devido à presença de muitos descendentes alemães no município rondonense, como uma maneira, então, de identificação do público.

O comerciante não é nascido na cidade e narrou em sua entrevista que tem ascendência italiana, mas conhecia o significado de *Haus* porque é casado com uma descendente alemã e optou por utilizar um germanismo para atrair clientes da cidade e da região, já que Rondon “é a terra do alemão”, de acordo com o entrevistado, que também mencionou ser esse um enunciado que é bastante escutado e repetido na comunidade.

A pizzeria tem oito anos, o mesmo tempo em que o empresário reside na cidade e o nome de registro do estabelecimento é diferente do publicitário. Para ele, o item lexical “casa” remete à ideia de aconchego e combina com a proposta do estabelecimento.

Na sequência, há a imagem da microcervejaria *Haus Bier*:

Figura 3 - Fachada da empresa *Haus Bier* – Marechal Cândido Rondon (PR)



Fonte: Fotografia de Franciele Martiny em outubro de 2012.

Novamente, há a denominação *Haus* para um estabelecimento comercial rondonense, escolha já verificada em outras duas denominações comerciais. Dessa vez, trata-se de uma cervejaria, localizada também no centro da cidade. De acordo com os dicionários bilíngue e monolíngue, respectivamente:

Bier [ˈbir] *n* <-(e)s; -e> cerveja (LANGENSCHIEDT, 2001, p. 720).

Cerveja /ê/ *s. f.* bebida alcoólica obtida por meio de fermentação do malte de cevada, ou de outros cereais, e aromatizada com flores de lúpulo; birra. (HOUAISS; VILLAR, 2009, p. 441).

Se a tradução do nome fantasia da choperia fosse “Casa da cerveja”, a tradução deveria ficar *Bier Haus*, a exemplo do que se encontrou na denominação *Pizza Haus*. Além disso, gramaticamente, para a tradução ser “Cerveja da Casa” ou “Cerveja caseira”, o nome em língua alemã deveria ser escrito junto *Hausbier*. No entanto, como se trata de uma marca própria de uma microcervejaria, o empresário rondonense conta que foi optado pela separação da palavra em dois substantivos *Haus Bier*, mesmo não sendo adequado à gramática alemã, e a tradução desejada seria “Cerveja da Casa”, uma vez que são servidos a cerveja e o *chopp* produzidos no local.

De acordo com os dados levantados na entrevista, o nome do estabelecimento se deve pela franquia da indústria, ou seja, a escolha não foi pela história cultural e social do município rondonense, mas porque a empresa, com sede em Rondônia, possui essa denominação e a empresta para as demais franqueadas no Brasil. Portanto, a denominação é comercial, mas não possui relação específica com a germanidade do município, mas com a dos seus idealizadores que são descendentes de imigrantes alemães. Em contato com um representante comercial da franquia, de Rondônia, via *e-mail*, foi confirmada a intenção do nome fantasia:

(01) O nome Haus Bier, não é correto escrevê-lo desta forma na língua alemã, pois na Alemanha é Bier Haus, mas nós tropicalizamos esse nome para Haus Bier na tradução em língua portuguesa (CASA DA CERVEJA) que facilita a compreensão do público Brasileiro, também tem o fator do proprietário ser de origem germânica e o primeiro nome da cervejaria era as iniciais de seu nome Hermes Balcon ou HB como é conhecido (*e-mail* do escritório da sede da empresa Rondinox escritoriordinox@terra.com.br recebido em 05/02/2013).

Nota-se, assim, a intenção dos proprietários da franquia em tentar uma aproximação da língua alemã com a população brasileira como uma estratégia comercial.

Em Marechal Cândido Rondon, a empresa está há oito anos. De acordo com o empresário, de ascendência italiana, o local é considerado ponto turístico no município e várias visitas técnicas são feitas mensalmente, inclusive por turistas alemães, pois a fabricação do *Chopp*/cerveja, durante o preparo do cozimento, pode ser conferida pelos visitantes.

A seguir, há a imagem da *Golden Fass*, outra choperia localizada na área central do município:

Figura 4 - Fachada da empresa *Golden Fass* – Marechal Cândido Rondon (PR)



Fonte: Fotografia de Franciele Martiny em outubro de 2012.

Os itens lexicais nos dicionários, utilizados neste estudo, mostram que a tradução da denominação *Golden Fass* ficaria como “Barril de ouro” ou “Barril dourado”.

Fass [fas] n <-es;er> barril (LANGENSCHIEDT, 2001, p. 742)

golden [-den] dourado; de ouro (LANGENSCHIEDT, 2001, p. 742)

barril *s. m.* 1 recipiente de madeira que lembra um cilindro abaulado, formado de aduelas, destinado a conservar ou transportar algo (geralmente alimentos especialmente líquidos); [...] tonel (HOUAISS; VILLAR, 2009, p. 262).

dourado *adj.* 1 que se dourou 2 que tem a cor amarelo-cobre do ouro; auricolor 3 revestido de tênue camada ou folha de ouro; ornado de ouro <moldura d.> [...] (HOUAISS; VILLAR, 2009, p. 711).

A diferença é que na língua alemã o adjetivo vem antes do substantivo e na língua portuguesa o adjetivo pode aparecer posicionado de duas formas na frase, anterior ou posterior à palavra determinada. Conforme estudos de Lapa (apud CALLOU; SERRA, 2003, p. 191), “quando o adjetivo está logo depois do substantivo, tende a conservar o valor próprio, objetivo, intelectual; quando está antes, tende a perder o próprio valor e adquirir um sentido afetivo”.

As referidas linguistas, ao compararem a posição dos adjetivos entre diferentes línguas, mencionam que tanto no português quanto no espanhol “a posição que o adjetivo ocupa no SN é mais ‘livre’, se comparada ao inglês, por exemplo, que tem uma ordem bastante rígida para a colocação dos adjetivos, sempre antepostos ao nome” (CALLOU; SERRA, 2003, p. 194).

Paschoal (2006, p. 147) menciona, sobre a escolha posicional do adjetivo, que as línguas germânicas, por sua natureza, possuem a anteposição do adjetivo ao substantivo. Porém, “em grego e em latim, assim como em algumas línguas neolatinas, a anteposição e a posposição são possíveis e geram nuances de significado”.

De acordo com a gramática alemã, os adjetivos, na função atributiva como complemento de substantivo, são declinados de modo semelhante aos artigos – definidos e indefinidos – pronomes, etc. A declinação dos adjetivos obedece a três regras gerais: após o artigo definido (*bestimmtem Artikel*), após o artigo indefinido (*umbestimmtem Artikel*) e quando não há nenhum artigo que o precede (*Nullartikel*) (HELBIG; BUSCHA, 2001).

Portanto, enquanto em português os adjetivos variam em gênero e número, em alemão a declinação só se verifica quando o adjetivo é usado como atributo (*das neue Haus*). Quando é usado predicativamente, o adjetivo é invariável (*das Haus ist neu*).

Sendo assim, ao analisar a expressão *Golden Fass*, percebe-se um equívoco gramatical, na medida em que o adjetivo *golden* não foi declinado de acordo com o substantivo neutro *Fass*. Portanto, a expressão, adequada à forma gramatical alemã, seria *Goldenes Fass*, concordando com o caso, no singular, *Nominativ/ Neutrum* (nominativo/neutro).

De acordo com a empresária, que era proprietária do estabelecimento na época de sua inauguração, e que escolheu o nome fantasia da empresa, a ideia de colocar uma denominação na língua alemã foi para a valorização e preservação da cultura local, sendo que ela e o falecido marido são de ascendência alemã e aprenderam a língua no contexto familiar.

O estabelecimento foi criado em 1986, permanecendo com o mesmo *design* arquitetônico da época, que segundo a comerciante, imitava o barril de ouro, combinando com o nome fantasia do local. A referida denominação também diz respeito ao barril de chope que conteria um líquido especial que se compararia à pureza e ao valor do ouro. Por isso, a empresária garante que o nome fantasia sempre atraiu os clientes e conseguiu ser uma estratégia interessante de divulgação e de identificação da empresa na localidade.

Devido à língua de imigração ter sido adquirida na família de forma basicamente oral e não ter sido estudada em contexto formal de ensino pode-se considerar que o nome escolhido do estabelecimento comercial se baseie mais no alemão falado ou até mesmo na própria estrutura do português, e não no alemão considerado padrão.

Semelhantes ocorrências, nesse sentido, acontecem frequentemente na fala dos descendentes, uma vez que as declinações gramaticais da língua supracitada nem sempre são conhecidas pelos falantes da localidade, que aprenderam o dialeto em casa e não tiveram escolarização na referida língua. Até porque não há a oferta de alemão nos currículos das escolas locais, sendo ofertada apenas como língua estrangeira em contraturno

escolar, por meio do sistema CELEM (Centro de Línguas Estrangeiras Modernas), em somente um colégio rondonense. No entanto, a referida política linguística não tem atraído a comunidade a participar das aulas, tendo as turmas poucos alunos frequentadores.

A dificuldade também pode ser estender para a fala, com relação à pronúncia, por exemplo, como já relatado no primeiro proprietário entrevistado.

Os fatos mencionados também podem ser motivos para a não utilização da língua alemã nos nomes comerciais, pois está presente a dificuldade na escrita ou na fala formal dos descendentes, ficando o uso da referida língua restrito ao contexto familiar.

Considerando as informações levantadas com as entrevistas dos quatro empresários, observa-se que mesmo que os estabelecimentos tenham denominações de nome fantasia na língua alemã, apenas três comerciantes afirmaram ter escolhido o nome como forma de valorização ou preservação da língua e cultura local para que o público se identificasse com o lugar e dois deles nem são de ascendência alemã.

Acredita-se que

A língua, não tendo função em si, existe para expressar a cultura e possibilitar que a informação circule. Ela corporifica as demais interpretações culturais, [...]. A cultura é transmitida pela língua, sendo também seu resultado, o meio para operar e a condição de subsistência dessa cultura. (CARVALHO, 2002, p. 101).

Dessa maneira, verifica-se que apenas dois descendentes e falantes da língua alemã optaram pelas denominações na referida língua de imigração, como forma de publicidade, para seu estabelecimento comercial. A situação reforça a distância já mencionada entre a utilização da língua e a tentativa de manutenção da cultura tão propagada local e nacionalmente por meio da realização de eventos germânicos na cidade e arquitetura local, incentivada pelo Poder Público municipal.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As denominações de nomes fantasias comerciais na língua alemã, quando da nomeação, constituem a designação de um dado grupo, podendo fazer com que o grupo participe positiva ou negativamente dessa identificação linguística e cultural.

Os dados levantados, neste estudo, mostram que a cultura germânica de Marechal Cândido Rondon se reflete pouco na língua alemã utilizada pela comunidade local, pois foi encontrado em grande número apenas no uso de sobrenomes dos proprietários como opção de nomeação dos seus estabelecimentos comerciais. Já no uso de nomes fantasia, por meio de designações na língua supracitada, há poucas ocorrências verificadas, apenas quatro, sendo que o inglês e o italiano foram mais usados, nesse caso, mesmo não sendo essas línguas de imigração do município (embora existam famílias de descendência italiana).

A situação verificada pode ser devida ao não ensino formal nas escolas da língua alemã, sendo a escrita formal, portanto, pouco usada pela comunidade, uma vez que a língua, aprendida em contexto familiar, é predominantemente oral e dialetal na localidade. Destaca-se também que a língua de origem étnica está sendo abandonada pelos mais jovens, permanecendo apenas na faixa etária da primeira e segunda geração de imigrantes e seus descendentes (VON BORSTEL, 2011).

Além disso, com base nas reflexões realizadas, reporta-se, novamente, aos estudos de Fritzen (2008), pois semelhante a sua conclusão, verificou-se que os falantes bilíngues do município rondonense podem considerar a língua alemã desprestigiada ao não utilizarem como *marketing* para o comércio local.

Durante suas observações, a referida autora constatou que a língua alemã falada na região do Vale do Itajaí era estigmatizada, por isso, os falantes deixavam de falar português em público para que os demais não percebessem seu sotaque estigmatizado e evitavam falar na língua de origem étnica porque não falam a língua alemã *Standard*, ou seja, o alemão de prestígio.

Destarte, com base na pesquisa realizada, conclui-se que, para que haja uma mudança cultural e linguística, é necessário que o bilinguismo seja aceito e valorizado na sociedade. Assim, seria possível fortalecer as línguas dos grupos teuto-brasileiros por meio de uma educação plurilíngue, na qual as variantes do português e os vários dialetos da língua alemã fossem tratados com prestígio na constituição social e histórica dos indivíduos.

Portanto, “para que haja verdadeiramente cultura, não basta ser autor de práticas sociais; é preciso que essas práticas sociais tenham significado para aqueles que a realizam” (CERTEAU, 2008, p. 141), uma vez que é preciso realizar o ato e não simplesmente o receber algo pronto e estereotipado.

Em suma, configura-se que há a necessidade do reconhecimento da pluralidade, da interdisciplinaridade, de ações de uma conscientização plurilíngue/cultural séria e coletiva, de forma positiva, frente às novas demandas da globalização de inclusão cultural e linguística em comunidades indígenas, de imigrantes (e de seus descendentes) e de fronteiras geográficas no país. Ações que partam de políticas linguísticas não só do Estado, mas da própria comunidade de imigrantes e seus descendentes.

REFERÊNCIAS

- ALTENHOFEN, Cléo V. *Política linguística, mitos e concepções linguísticas em áreas bilíngües de imigrantes (alemães) no Sul do Brasil*. 2004. Disponível em: <http://www.iberico-americana.net/files/ejemplo_por.pdf> . Acesso em 15 jan. 2012.
- BASÍLIO, Margarida. *Teoria Lexical*. 7. ed. São Paulo: Ática, 2001.
- CALLOU, Dinah; SERRA, Carolina. A variação na ordem dos adjetivos nos últimos quatro séculos. In: RONCARATI, Cláudia; ABRAÇADO, Jussara (Orgs.). *Português brasileiro: contato linguístico, heterogeneidade e história*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003. p. 191-198.
- CAVALCANTI, Marilda C. Estudos sobre educação bilíngue e escolarização em contextos de minorias linguísticas no Brasil. *D.E.L.T.A.*, v. 15, n. especial, p. 385-417, 1999.
- CARVALHO, Nelly de. *Empréstimos linguísticos*. São Paulo: Editora Ática, 1989.
- _____. *Publicidade: a linguagem da sedução*. 3. ed. São Paulo: Editora Ática, 2002.
- CERTEAU, Michel de. *A cultura no plural*. 5. ed. Trad. Enid Abreu Dobránszky. Campinas: Papirus, 2008.
- DAMKE, Ciro. *As interferências do alemão como língua materna na aprendizagem do português*. Dissertação (Mestrado em Linguística) – UFRGS, Porto Alegre, 1988.
- FLICK, Uwe. *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- FRITZEN, Maristela P. “Ich spreche anders, aber das ist auch deutsch”: línguas em conflito em uma escola rural localizada em zona de imigração no sul do Brasil. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, Campinas, v. 47, n. 2, p. 341-356, Jul./Dez. 2008.
- GARCEZ, Pedro M.; ZILLES, Ana M. S. Estrangeirismos: empréstimo ou ameaça? In: SILVA, Fabio L. da.; MOURA, Maurílio de Melo. (Orgs.). *O direito à fala: a questão do preconceito linguístico*. Florianópolis: Insular, 2000. p. 39-52.
- GUIMARÃES, Eduardo. *Semântica do acontecimento: um estudo enunciativo da designação*. Capinas: Pontes, 2002.
- HELBIG; Gerhard; BUSCHA, Joachim. *Deutsche Grammatik*. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht. Berlin: Langenscheidt, 2001.
- HEYE, Jurgen; VANDRESEN, Paulino. Línguas em contato. In: CARDOSO, Suzana A. M.; MOTA, Jacyra A.; MATTOS e SIVA, Rosa V. (Orgs.). *Quinhentos anos de história linguística do Brasil*. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo do Estado da Bahia, 2006. p. 386-411.
- HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Sales. *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

- LANGEINSCHEIDTS. *Dicionário alemão-português / português-alemão*. 2. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2005 [1997].
- MORELLO, R.; SEIFFERT, A. P. (Orgs.). *Inventário da Língua Guarani Mbya - Inventário Nacional da Diversidade Linguística*. Florianópolis: IPOL, 2011.
- OLIVEIRA, Gilvan M. As línguas brasileiras e os direitos linguísticos. In: OLIVEIRA, Gilvan M. *Declaração universal dos direitos linguísticos*. Campinas: Mercado de Letras/ALB; Florianópolis: IPOL, 2003. p. 07-12.
- _____. Brasileiro fala português: monolingüismo e preconceito lingüístico. *Revista Linguagem*, 2009. Disponível em: <<http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao11/artigo12.pdf>>. Acesso em 16 jan. 2012.
- PASCHOAL, Stéfano. Aspectos gramaticais no *Buch von der Deutschen Poeterey* (1624) de Martin Opitz (1597-1639). In: JORNADA DE ESTUDOS LINGÜÍSTICOS E LITERÁRIOS - JELL, 9, 2006. *Anais*. p. 143-150.
- PEREIRA, Maria C. *Naquela comunidade rural, os adultos falam "alemão" e "brasileiro"*. Na escola, as crianças aprendem o português: um estudo do continuum oral/escrito em crianças de uma classe bisseriada. Tese (Doutorado em Linguística) – UNICAMP, Campinas, SP, 1999.
- QUEIRÓS, Ilse L. von B. G. de. *A Oktoberfest de Marechal Cândido Rondon, Paraná: um estudo sobre o significado do lazer entre descendentes de alemães*. Dissertação (Mestrado em Educação Física e Estudos do Lazer) – UNICAMP, Campinas, SP, 1999.
- RAJAGOPALAN, Kanavillil. A geopolítica da língua inglesa e seus reflexos no Brasil. In: LACOSTE, Ives; RAJAGOPALAN, Kanavillil. (Orgs.). *A geopolítica do inglês*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005. p. 135-159.
- RIBEIRO, A. R. *Aprender italiano: identidade em (re)construção entre língua e cultura em contexto formal*. Dissertação (Mestrado em Letras) – Unioeste, Cascavel, 2006.
- SAATKAMP, V. *Desafios, lutas e conquistas: história de Marechal Cândido Rondon*. Cascavel: Assoeste, 1984.
- SCHNEIDER, Maria N. *Atitudes e concepções linguísticas e sua relação com as práticas sociais de professores em comunidades bilíngües alemão-português do Rio Grande do Sul*. Tese (Doutorado em Letras) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/13098>>. Acesso em 16 jan. 2012.
- SOUZA, Andréia Cristina de. *Análise de aspectos sociolinguísticos em propagandas comerciais*. Dissertação (Mestrado em Letras) – UNIOESTE, Cascavel, PR, 2011.
- TARGANSKI, S. *Rumo ao novo Eldorado*. Marechal Cândido Rondon: Editora Germânica, 2007.
- VON BORSTEL, C. N. *Aspectos do bilingüismo: alemão e português em Marechal Cândido Rondon, Paraná, Brasil*. Dissertação (Mestrado em Linguística) – UFSC, Florianópolis, SC, 1992.
- _____. *Contato lingüístico e variação em duas comunidades bilíngües do Paraná*. Tese (Doutorado em Linguística) - Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.
- _____. Traços de línguas em contato: uma prática para o cotidiano de sala de aula. In: JORNADA DE ESTUDOS LINGÜÍSTICOS E LITERÁRIOS - JELL, 10., 2007. *Anais*. p. 101-111.
- _____. A onomástica e a interlíngua em comunidades de (i)migrantes. In: SELLA, Aparecida F. (Org.). *Percorrendo estudos lingüísticos e práticas escolares*. Cascavel: Edunioeste, 2010.
- _____. *A linguagem sociocultural do Brasildeutsch*. São Carlos: Pedro e João Editores, 2011.

Recebido em 09/04/13. Aprovado em 19/06/13.