

ANEXO A - Projeto de Lei N°1676, de 1999, do Sr. Aldo Rebelo ¹²

Projeto de Lei Aldo Rebelo

PROJETO DE LEI N°1676, DE 1999 (Do Sr. ALDO REBELO) (versão aprovada na CCJ)

Dispõe sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Nos termos do caput do art. 13, e com base no caput, I, § 1º e § 4º do art. 216 da Constituição Federal, a língua portuguesa:

I- é o idioma oficial da República Federativa do Brasil;

II- é forma de expressão oral e escrita do povo brasileiro, tanto no padrão culto como nos moldes populares;

III- constitui bem de natureza imaterial integrante do patrimônio cultural brasileiro.

Parágrafo único. Considerando o disposto no caput, I, II e III deste artigo, a língua portuguesa é um dos elementos da integração nacional brasileira, concorrendo, juntamente com outros fatores, para a definição da soberania do Brasil como nação.

Art. 2º Ao Poder Público, com a colaboração da comunidade, no intuito de promover, proteger e defender a língua portuguesa, incumbe:

I- melhorar as condições de ensino e de aprendizagem da língua portuguesa em todos os graus, níveis e modalidades da educação nacional;

II- incentivar o estudo e a pesquisa sobre os modos normativos e populares de expressão oral e escrita do povo brasileiro;

III- realizar campanhas e certames educativos sobre o uso da língua portuguesa, destinados a estudantes, professores e cidadãos em geral;

IV- incentivar a difusão do idioma português, dentro e fora do País;

V- fomentar a participação do Brasil na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa;

VI- atualizar, com base em parecer da Academia Brasileira de Letras, as normas do Formulário Ortográfico, com vistas ao aportuguesamento e à inclusão de vocábulos de origem estrangeira no *Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa*.

§ 1º Os meios de comunicação de massa e as instituições de ensino deverão, na forma desta lei, participar ativamente da realização prática dos objetivos listados nos incisos anteriores.

§ 2º À Academia Brasileira de Letras incumbe, por tradição, o papel de guardião dos elementos constitutivos da língua portuguesa usada no Brasil.

Art. 3º É obrigatório o uso da língua portuguesa por brasileiros natos e naturalizados, e pelos estrangeiros residentes no País há mais de 1 (um) ano, nos seguintes domínios socioculturais:

I- no ensino e na aprendizagem;

II- no trabalho;

III- nas relações jurídicas;

¹² O texto citado é a segunda versão do Projeto e foi aprovada pela Câmara dos Deputados. Importa informar que, na primeira redação, o Art. 6º aparecia da forma a seguir:

“Art. 6º. O descumprimento de qualquer disposição desta lei sujeita o infrator a sanção administrativa, na forma da regulamentação, sem prejuízo das sanções de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas, com multa no valor de:

I – 1.300 (mil e trezentos) a 4.000 (quatro mil) UFIRs, se pessoa física;

II – 4.000 (quatro mil) a 13.000 (treze mil) UFIRs, se pessoa jurídica.

Parágrafo único. O valor da multa dobrará a cada reincidência.”

- IV- na expressão oral, escrita, audiovisual e eletrônica oficial;
- V- na expressão oral, escrita, audiovisual e eletrônica em eventos públicos nacionais;
- VI- nos meios de comunicação de massa;
- VII- na produção e no consumo de bens, produtos e serviços;
- VIII- na publicidade de bens, produtos e serviços.

§ 1º A disposição do caput, I- VIII deste artigo não se aplica:

I- a situações que decorram da livre manifestação do pensamento e da livre expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, nos termos dos incisos IV e IX do art. 5º da Constituição Federal;

II- a situações que decorram de força legal ou de interesse nacional;

III- a comunicações e informações destinadas a estrangeiros, no Brasil ou no exterior;

IV- a membros das comunidades indígenas nacionais;

V- ao ensino e à aprendizagem das línguas estrangeiras;

VI- a palavras e expressões em língua estrangeira consagradas pelo uso, registradas no *Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa*;

VII- a palavras e expressões em língua estrangeira que decorram de razão social, marca ou patente legalmente constituída.

§ 2º A regulamentação desta lei cuidará das situações que possam demandar:

I- tradução, simultânea ou não, para a língua portuguesa;

II- uso concorrente, em igualdade de condições, da língua portuguesa com a língua ou línguas estrangeiras.

Art. 4º Todo e qualquer uso de palavra ou expressão em língua estrangeira, ressalvados os casos excepcionados nesta lei e na sua regulamentação, será considerado lesivo ao patrimônio cultural brasileiro, punível na forma da lei.

Parágrafo único. Para efeito do que dispõe o caput deste artigo, considerar-se-á:

I- prática abusiva, se a palavra ou expressão em língua estrangeira tiver equivalente em língua portuguesa;

II- prática enganosa, se a palavra ou expressão em língua estrangeira puder induzir qualquer pessoa, física ou jurídica, a erro ou ilusão de qualquer espécie;

III- prática danosa ao patrimônio cultural, se a palavra ou expressão em língua estrangeira puder, de algum modo, descaracterizar qualquer elemento da cultura brasileira.

Art. 5º Toda e qualquer palavra ou expressão em língua estrangeira posta em uso no território nacional ou em repartição brasileira no exterior a partir da data da publicação desta lei, ressalvados os casos excepcionados nesta lei e na sua regulamentação, terá que ser substituída por palavra ou expressão equivalente em língua portuguesa no prazo de 90 (noventa) dias a contar da data de registro da ocorrência.

Parágrafo único. Para efeito do que dispõe o caput deste artigo, na inexistência de palavra ou expressão equivalente em língua portuguesa, admitir-se-á o aportuguesamento da palavra ou expressão em língua estrangeira ou o neologismo próprio que venha a ser criado.

Art. 6º. A regulamentação desta lei tratará das sanções administrativas a serem aplicadas àquele, pessoa física ou jurídica, pública ou privada, que descumprir qualquer disposição desta lei.

Art. 7º A regulamentação desta lei tratará das sanções premiais a serem aplicadas àquele, pessoa física ou jurídica, pública ou privada, que se dispuser, espontaneamente, a alterar o uso já estabelecido de palavra ou expressão em língua estrangeira por palavra ou expressão equivalente em língua portuguesa.

Art. 8º À Academia Brasileira de Letras, com a colaboração dos Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, de órgãos que cumprem funções essenciais à justiça e de instituições de ensino, pesquisa e extensão universitária, incumbe realizar estudos que visem a subsidiar a regulamentação desta lei.

Art. 9º O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo máximo de 1 (um) ano a contar da data de sua publicação.

Art. 10. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A História nos ensina que uma das formas de dominação de um povo sobre outro se dá pela imposição da língua. Por quê? Porque é o modo mais eficiente, apesar de geralmente lento, para impor toda uma cultura - seus valores, tradições, costumes, inclusive o modelo socioeconômico e o regime político.

Foi assim no antigo oriente, no mundo greco-romano e na época dos grandes descobrimentos. E hoje, com a marcha acelerada da globalização, o fenômeno parece se repetir, claro que de modo não violento; ao contrário, dá-se de maneira insinuante, mas que não deixa de ser impertinente e insidiosa, o que o torna preocupante, sobretudo quando se manifesta de forma abusiva, muitas vezes enganosa, e até mesmo lesiva à língua como patrimônio cultural.

De fato, estamos a assistir a uma verdadeira descaracterização da língua portuguesa, tal a invasão indiscriminada e desnecessária de estrangeirismos - como "holding", "recall", "franchise", "coffee-break", "self-service" - e de aportuguesamentos de gosto duvidoso, em geral despropositados - como "startar", "printar", "bidar", "atachar", "database". E isso vem ocorrendo com voracidade e rapidez tão espantosas que não é exagero supor que estamos na iminência de comprometer, quem sabe até truncar, a comunicação oral e escrita com o nosso homem simples do campo, não afeito às palavras e expressões importadas, em geral do inglês norte-americano, que dominam o nosso cotidiano, sobretudo a produção, o consumo e a publicidade de bens, produtos e serviços, para não falar das palavras e expressões estrangeiras que nos chegam pela informática, pelos meios de comunicação de massa e pelos modismos em geral.

Ora, um dos elementos mais marcantes da nossa identidade nacional reside justamente no fato de termos um imenso território com uma só língua, esta plenamente compreensível por todos os brasileiros de qualquer rincão, independentemente do nível de instrução e das peculiaridades regionais de fala e escrita. Esse - um autêntico milagre brasileiro - está hoje seriamente ameaçado.

Que obrigação tem um cidadão brasileiro de entender, por exemplo, que uma mercadoria "on sale" significa que esteja em liquidação ? Ou que "50% off" quer dizer 50% a menos no preço? Isso não é apenas abusivo; tende a ser enganoso. E à medida que tais práticas se avolumam (atualmente de uso corrente no comércio das grandes cidades), tornam-se também danosas ao patrimônio cultural representado pela língua.

O absurdo da tendência que está sendo exemplificada permeia até mesmo a comunicação oral e escrita oficial. É raro o documento que sai impresso, por via eletrônica, com todos os sinais gráficos da nossa língua; até mesmo numa cédula de identidade ou num talão de cheques estamos nos habituando com um "Jose" - sem acentuação! E o que falar do serviço de "clipping" da Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados, ou da "newsletter" da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Urbano da Presidência da República, ou, ainda, das milhares de máquinas de "personal banking" do Banco do Brasil - Banco DO BRASIL - espalhadas por todo o País?

O mais grave é que contamos com palavras e expressões na língua portuguesa perfeitamente utilizáveis no lugar daquelas (na sua quase totalidade) que nos chegam importadas, e são incorporadas à língua falada e escrita sem nenhum critério linguístico, ou, pelo menos, sem o menor espírito de crítica e de valor estético.

O nosso idioma oficial (Constituição Federal, art. 13, caput) passa, portanto, por uma transformação sem precedentes históricos, pois que esta não se ajusta aos processos universalmente aceitos, e até desejáveis, de evolução das línguas, de que é bom exemplo um termo que acabo de usar - caput, de origem latina, consagrado pelo uso desde o Direito Romano.

Como explicar esse fenômeno indesejável, ameaçador de um dos elementos mais vitais do nosso patrimônio cultural - a língua materna -, que vem ocorrendo com intensidade crescente ao longo dos últimos 10 a 20 anos? Como explicá-lo senão pela ignorância, pela falta de senso crítico e estético, e até mesmo pela falta de auto-estima?

Parece-me que é chegado o momento de romper com tamanha complacência cultural, e, assim, conscientizar a nação de que é preciso agir em prol da língua pátria, mas sem xenofobismo ou intolerância de nenhuma espécie. É preciso agir com espírito de abertura e criatividade, para enfrentar - com conhecimento, sensibilidade e altivez - a inevitável, e claro que desejável, interpenetração cultural que marca o nosso tempo globalizante. Esse é o único modo de participar de valores culturais globais sem comprometer os locais.

A propósito, MACHADO DE ASSIS, nosso escritor maior, deixou-nos, já em 1873, a seguinte lição: "Não há dúvida que as línguas se aumentam e alteram com o tempo e as necessidades dos usos e costumes. Querer que a nossa pare no século de quinhentos, é um erro igual ao de afirmar que a sua transplantação para a América não lhe inseriu riquezas novas. A este respeito a influência do povo é decisiva. Há, portanto, certos modos de dizer, locuções novas, que de força entram no domínio do estilo e ganham direito de cidade." (IN: CELSO CUNHA, *Língua Portuguesa e Realidade Brasileira*, Rio de Janeiro, Edições Tempo Brasileiro Ltda., 1981, p. 25 - na ortografia original de 1968).

Os caminhos para a ação, desde que com equilíbrio machadiano, são muitos, e estão abertos, como apontado por EDIRUALD DE MELLO, no seu artigo *O português falado no Brasil: problemas e possíveis soluções*, publicado em CADERNOS ASLEGIS, n° 4, 1998.

O Projeto de Lei que ora submeto à apreciação dos meus nobres colegas na Câmara dos Deputados representa um desses caminhos.

Trata-se de proposição com caráter geral, a ser regulamentada no pormenor que vier a ser considerado como necessário. Objetiva promover, proteger e defender a língua portuguesa, bem como definir o seu uso em certos domínios socioculturais, a exemplo do que tão bem fez a França com a Lei n° 75-1349, de 1975, substituída pela Lei n° 94-665, de 1994, aprimorada e mais abrangente.

Quer-me parecer que o PL proposto trata com generosidade as exceções, e ainda abre à regulamentação a possibilidade de novas situações excepcionais. Por outro lado, introduz as importantes noções de prática abusiva, prática enganosa e prática danosa, no tocante à língua, que poderão representar eficientes instrumentos na promoção, na proteção e na defesa do idioma pátrio.

A proposta em apreço tem cláusula de sanção administrativa, em caso de descumprimento de qualquer uma de suas provisões, sem prejuízo de outras penalidades cabíveis; e ainda prevê a adoção de sanções premiais, como incentivo à reversão espontânea para o português de palavras e expressões estrangeiras correntemente em uso.

Nos termos do projeto de lei ora apresentado, à Academia Brasileira de Letras continuará cabendo o seu tradicional papel de centro maior de cultivo da língua portuguesa do Brasil.

O momento histórico do País parece-me muito oportuno para a atividade legislativa por mim encetada, e que agora passa a depender da recepção compreensiva e do apoio decisivo da parte dos meus ilustres pares nesta Casa.

A afirmação que acabo de fazer deve ser justificada. Primeiramente, cumpre destacar que a sociedade brasileira já dá sinais claros de descontentamento com a descaracterização a que está sendo submetida a língua portuguesa frente à invasão silenciosa dos estrangeirismos excessivos e desnecessários, como ilustram pronunciamentos de linguistas, escritores, jornalistas e políticos, e que foram captados com humor na matéria *Quero a minha língua de volta!*, de autoria do jornalista e poeta JOSÉ ENRIQUE BARREIRO, publicada há pouco tempo no *JORNAL DO BRASIL*.

Em segundo lugar, há que ser lembrada a reação positiva dos meios de comunicação de massa diante da situação que aqui está sendo discutida. De fato, nunca se viu tantas colunas e artigos em jornais e revistas, como também programas de rádio e televisão, sobre a língua portuguesa, especialmente sobre o seu uso no padrão culto; nesse sentido, também é digno de nota que os manuais de redação, e da redação, dos principais jornais do País se sucedam em inúmeras edições, ao lado de

grande variedade de livros sobre o assunto, particularmente a respeito de como evitar erros e dúvidas no português contemporâneo.

Em, terceiro lugar, cabe lembrar que atualmente o jovem brasileiro está mais interessado em se expressar corretamente em português, tanto escrita como oralmente, como bem demonstra a matéria de capa - *A ciência de escrever bem* - da revista ÉPOCA de 14/6/99.

Por fim, mas não porque menos importante, as comemorações dos 500 anos do Descobrimento do Brasil se oferecem como oportunidade ímpar para que discutamos não apenas o período colonial, a formação da nacionalidade, o patrimônio histórico, artístico e cultural da sociedade brasileira, mas também, e muito especialmente, a língua portuguesa como fator de integração nacional, como fruto - tal qual a falamos - da nossa diversidade étnica e do nosso pluralismo racial, como forte expressão da inteligência criativa e da fecundidade intelectual do nosso povo.

Posto isso, posso afirmar que o PL ora submetido à Câmara dos Deputados pretende, com os seus objetivos, tão-somente conscientizar a sociedade brasileira sobre um dos valores mais altos da nossa cultura - a língua portuguesa. Afinal, como tão bem exprimiu um dos nossos maiores linguistas, NAPOLEÃO MENDES DE ALMEIDA, no Prefácio de sua *Gramática Metódica da Língua Portuguesa* (28ª ed., São Paulo, Edição Saraiva, 1979), "conhecer a língua portuguesa não é privilégio de gramáticos, senão dever do brasileiro que preza sua nacionalidade. ... A língua é a mais viva expressão da nacionalidade. Como havemos de querer que respeitem a nossa nacionalidade se somos os primeiros a descuidar daquilo que a exprime e representa, o idioma pátrio?".

Movido por esse espírito, peço toda a atenção dos meus nobres colegas de parlamento no sentido de apoiar a rápida tramitação e aprovação do projeto de lei que tenho a honra de submeter à apreciação desta Casa legislativa.

Sala das Sessões, em 28 de março de 2001.

Deputado ALDO REBELO

Instituto de Investigação e Desenvolvimento em Política Linguística
Rua Lauro Linhares, 2123 - Torre A - Sala 713
Trindade 88036-970 - Florianópolis/SC - Brasil
FoneFax: + 55 48 234 8056
e-mail: ipol@ipol.org.br

ANEXO B - Parecer emitido pela Comissão da Câmara sobre a “Lei Aldo Rebelo”

Comissão da Câmara emite parecer sobre Lei Aldo Rebelo
Autoria: Deputado Átila Lira (13 08 2003)

COMISSÃO DE EDUCAÇÃO E CULTURA

PROJETO DE LEI Nº 1676-D, DE 1999

Dispõe sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa e dá outras providências.

AUTOR: Deputado ALDO REBELO

RELATOR: Deputado ÁTILA LIRA

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 1676-D, de 1999, de autoria do eminente Deputado ALDO REBELO, “que dispõe sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa e dá outras providências”, foi remetido ao Senado Federal em 2001 (PLC nº 50/01) para efeito de revisão nos termos constitucionais, após tramitação na Câmara dos Deputados.

A proposição original (PL 1676/99) foi aprovada na então Comissão de Educação, Cultura e Desporto da Câmara dos Deputados, após receber duas emendas: uma de parlamentar, com vistas a restringir a extensão de uma das exceções no tocante a palavras estrangeiras (art. 3º, § 1º, VII); outra de relator, no sentido de remeter para a regulamentação da lei as sanções administrativas a serem aplicadas aos infratores. Na Comissão de Constituição e Justiça e de Redação a matéria foi aprovada com uma nova emenda, supressiva, da cláusula de regulamentação, por inconstitucional.

Ao chegar ao Senado Federal, a matéria foi objeto de discussão, inclusive por meio de audiência pública no âmbito da Comissão de Educação, em dezembro de 2002. Com a aprovação naquela Casa, - nos termos de um Substitutivo de autoria do ilustre Senador AMIR LANDO, que contou com a Redação do Vencido, para o turno suplementar, por parte da Comissão Diretora, a partir de Parecer do nobre Senador EDUARDO SIQUEIRA CAMPOS -, o Projeto de Lei (Substitutivo) retornou à Casa de origem neste ano, por força de disposição constitucional, onde ora se encontra, sem novas emendas, na Comissão de Educação e Cultura, para reexame da matéria quanto ao mérito educacional e cultural, sendo sua tramitação sob rito ordinário (art. 52, R.I.).

II - VOTO DO RELATOR

Desejo destacar, preliminarmente, a excelência do texto original do nobre Deputado ALDO REBELO, tanto quanto ao conteúdo como também quanto à forma e técnica legislativa do Projeto de Lei. Contudo, cabe também reconhecer que as emendas recebidas pela proposta nesta Casa foram positivas, pois que refletiram não apenas o desejo parlamentar de aprimorar a proposição original, mas também de responder a verdadeiro clamor popular, encabeçado pelos meios de comunicação de massa, no sentido de atenuar pontos considerados excessivos, e por isso inócuos, numa iniciativa legislativa de cunho educacional e cultural, a saber: a severa restrição a estrangeirismos e o grau das sanções penais, como defendidos pelo autor no seu texto original.

Com o Substitutivo do Senado Federal, ora em exame, a proposta oriunda da Câmara dos Deputados, com as já mencionadas emendas, passou por nova depuração, pode-se dizer aperfeiçoamento, que espelhou novas polêmicas e discussões suscitadas pelo assunto, inclusive nas opiniões de especialistas em língua portuguesa, que se manifestaram em documentos escritos e durante a audiência pública realizada no Senado Federal.

Mesmo assim, o Substitutivo do Senado Federal, em apreço neste Parecer, preserva, nos seus sete artigos, o espírito da proposta original: reconhecer a língua portuguesa, a partir de provisão constitucional, como bem do patrimônio cultural brasileiro que concorre para a nossa soberania como nação (art. 1º); estabelecer o rol das incumbências do Poder Público no intuito de

promover, difundir e valorizar a língua portuguesa (art. 2º); definir as situações de obrigatoriedade no uso da língua portuguesa, bem como as condições e as limitações de uso de estrangeirismos (arts. 3º, 4º e 5º); conceder autorização para o estabelecimento de sanções administrativas pela via da regulamentação (art. 6º); indicar cláusula de vigência a partir da data de publicação (art. 7º).

Reconheço que o texto original do ilustre Deputado ALDO REBELO, após toda essa trajetória entre as duas Casas do Congresso Nacional, permeada de polêmicas, discussões e contribuições diversas, e que culmina com o presente Substitutivo, sofreu modificações e até mesmo algumas restrições no seu escopo inicial. Todavia, devo também reconhecer que o Substitutivo ora em exame, oferecido pelo Senado Federal, é uma proposição que resultou do consenso que foi possível alcançar em meio a todas as questões e controvérsias geradas pela *ideia* de se editar uma lei sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa.

Posto isso, quero registrar com veemência que ao conceder meu voto favorável ao Substitutivo objeto deste Parecer, não estou apenas reconhecendo o enorme e indiscutível mérito educacional e cultural de uma iniciativa legislativa sobre a língua portuguesa, mas, sobretudo, sinto que estou concorrendo para pavimentar o caminho em prol da "Lei Aldo Rebelo da Língua Portuguesa".

De fato, estou seguro de que a proposição em pauta, quando cristalizada em diploma legal, será um marco para o crescimento da auto-estima nacional no tocante à nossa língua pátria, e assim à nossa cultura. Mais ainda: terá grande impacto no ensino da língua portuguesa em todos os níveis e modalidades da educação nacional. Afinal, a proposta do ilustre Deputado ALDO REBELO, agora consubstanciada nos termos do Substitutivo do Senado Federal, enseja que a língua continue viva, em evolução, como é de desejar em resposta às mudanças sociais e culturais do nosso tempo, mas enseja também que se tenha no País uma relação mais inteligente, sobretudo crítica, em relação aos estrangeirismos.

Assim sendo, recomendo ao meus ilustres pares nesta Comissão a leitura da justificção do Projeto de Lei nº 1676, de 1999. Essa peça que fundamenta a oportuna iniciativa legislativa do nobre parlamentar ALDO REBELO, além de bem escrita, é um convite à reflexão sobre a língua como fator de integração e soberania nacional. Não hesito, portanto, em também recomendá-la como leitura a todos os brasileiros que se interessam pela promoção da cidadania e da brasilidade no seio do nosso povo.

Voto, portanto, pela aprovação do Projeto de Lei nº 1676-D, de 1999, do eminente Deputado ALDO RABELO, nos termos do Substitutivo que nos chegou do Senado Federal após a revisão constitucional da proposta original.

Deputado Átila Lira

Relator

30932200.072

CDCLPA132

Instituto de Investigação e Desenvolvimento em Política Linguística
Rua Lauro Linhares, 2123 - Torre A - Sala 713
Trindade 88036-970 - Florianópolis/SC - Brasil
FoneFax: + 55 48 234 8056
e-mail: ipol@ipol.org.br

ANEXO C - Requerimento dos linguistas ao Senado da República

Excelentíssimo Senhor Senador Ricardo Santos

DD. Presidente da Comissão de Educação do Senado Federal

Senadoras e Senadores que compõem a Comissão de Educação do Senado Federal:

Está começando a tramitar, no Senado Federal, o projeto de lei nº 1676/99, originário da Câmara dos Deputados, de autoria do Deputado Aldo Rebelo (PCdoB/SP) que “dispõe sobre a promoção, a defesa e o uso da língua portuguesa e dá outras providências”.

Não há dúvida de que o Brasil precisa investir esforços no sentido de estabelecer diretrizes para uma política linguística nacional, reconstruindo aquela que vige, entre nós, há séculos. Essa nova política deverá, *entre outros aspectos*:

- reconhecer o caráter multilingue do País e, ao mesmo tempo, a grande e rica diversidade da língua portuguesa que aqui se fala e se escreve;
- promover um combate sistemático a todos os preconceitos linguísticos que afetam nossas relações sociais e que constituem pesado fator de exclusão social entre nós;
- estimular a pesquisa científica da complexa realidade linguística nacional e favorecer a ampla divulgação de seus resultados;
- estimular a reformulação crítica das gramáticas e dos dicionários para que, ao registrar a norma padrão real, façam-no de forma a facilitar o seu ensino e difusão;
- definir os direitos linguísticos do cidadão.

Infelizmente, o projeto de lei nº 1676/99 contribui muito pouco para atingirmos metas importantes como essas que acabamos de mencionar.

Já em sua justificativa, o projeto reitera uma série de equívocos sobre a realidade linguística brasileira, cujos efeitos deletérios não podem ser desprezados. Em particular, reitera o mito da unidade linguística, mito que constitui a base da construção de uma intrincada rede de crenças que configuram o preconceito linguístico no Brasil

Por outro lado, o corpo do projeto, *entre outros graves defeitos*:

- restringe, por considerar nossa realidade multiétnica e multilingue, o direito de expressão das várias etnias que compõem o Brasil;
- interfere negativa e restritivamente nos processos normais de expansão do vocabulário do português brasileiro, por desconhecer a dinâmica linguístico-cultural das sociedades humanas;
- atribui equivocadamente à Academia Brasileira de Letras, por ignorar as instituições brasileiras em que efetivamente se faz o estudo sistemático da língua portuguesa entre nós, o papel de “guardião dos elementos constitutivos da língua portuguesa usada no Brasil”.

Por esses e outros aspectos, a aprovação definitiva do referido projeto de lei trará grandes prejuízos à cultura linguística do País. Assim, nós, Presidentes das entidades abaixo mencionadas, vimos solicitar que, durante a apreciação do referido projeto de lei, sejam ouvidos, *em audiência pública*, representantes da comunidade científica brasileira, em particular da área de linguística e Letras, de modo a se poder melhor avaliar os vários defeitos daquele projeto e suas muitas repercussões negativas.

Atenciosamente,

Profª Drª Maria Elias Soares
Associação Brasileira de Linguística (ABRALIN)
Universidade Federal do Ceará

Profª Drª Vera Lúcia Menezes de Oliveira e Paiva
Associação de Linguística Aplicada do Brasil (ALAB)
Universidade Federal de Minas Gerais

Profª Drª Freda Indursky
Associação Nacional de Pós-Graduação em Letras e Linguística (ANPOLL)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

ANEXO D - Lei de Ética e Código de Ética na propaganda

Dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda.

CAPÍTULO I

Art. 1.º - São Publicitários aqueles que, em caráter regular e permanente, exerçam funções de natureza técnica da especialidade, nas Agências de Propaganda, nos Veículos de Divulgação, ou em quaisquer empresas nas quais se produza propaganda.

Art. 2.º - Consideram-se Agenciadores de Propaganda os profissionais que, vinculados aos Veículos de Divulgação, a eles encaminhem propaganda por conta de terceiros.

Art. 3.º - A Agência de Propaganda é pessoa jurídica e especializada na arte e técnica publicitárias, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Divulgação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir *ideias* ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

Art. 4.º - São Veículos de Divulgação, para os efeitos desta lei, quaisquer meios de comunicação visual ou auditiva capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelas entidades e órgãos da classe, assim considerados as associações civis locais e regionais de propaganda, bem como os sindicatos de publicitários.

Art. 5.º - Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de *ideias*, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado.

CAPÍTULO II

Da profissão do Publicitário

Art. 6.º - A designação profissional de publicitário será privativa dos que se enquadram nas disposições da presente lei.

Parágrafo 1.º - Os auxiliares que, nas Agências de Propaganda e outras organizações de propaganda, não colaborarem, diretamente, no planejamento, execução, produção e distribuição da propaganda, terão a designação profissional correspondente às suas funções específicas.

Parágrafo 2.º - Nos casos em que profissionais de outras categorias exerçam funções nas Agências de Propaganda, tais profissionais conservarão os privilégios que a lei lhes concede em suas respectivas categorias profissionais.

Parágrafo 3.º - Para efeitos de recolhimento do Imposto Sindical, os jornalistas registrados como redatores, revisores e desenhistas, que exerçam suas funções em Agências de Propaganda e outras empresas nas quais se execute propaganda, poderão optar entre o recolhimento para o sindicato de sua categoria profissional ou para o Sindicato dos Publicitários.

Art. 7.º - A remuneração dos publicitários não Agenciadores será baseada nas normas que regem os contratos comuns de trabalho, assegurando-se-lhes todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas Leis do Trabalho.

Art. 8.º - O registro da profissão de Publicitário ficará instituído com a promulgação da presente lei e tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (cento e vinte) dias para aqueles que já se encontrem no exercício da profissão.

Parágrafo Único - Para o citado registro, o Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho exigirá os seguintes documentos:

- a) 1 - diploma de uma escola ou curso de propaganda;
- 2 - ou atestado de frequência, na qualidade de estudante;
- 3 - ou, ainda, atestado do empregador;

b) carteira profissional e prova de pagamento do Imposto Sindical, se já no exercício da profissão.

CAPÍTULO III

Da profissão do Agenciador de Propaganda

Art. 9.º - O exercício da profissão de Agenciador de Propaganda somente será facultado aos que estiverem devidamente identificados e inscritos nos serviços de identificação profissional do Departamento Nacional do Trabalho.

Art. 10.º - Para o registro de que trata o artigo anterior, os interessados deverão apresentar:

a) prova de exercício efetivo da profissão, durante, pelo menos, doze meses, na forma de Carteira Profissional anotada pelo empregador, ou prova de recebimento de remuneração pela propaganda encaminhada a Veículos de Divulgação, durante igual período;

b) atestado de capacitação profissional, concedido por entidades da classe;

c) prova de pagamento do Imposto Sindical.

Parágrafo 1.º - Para os fins da comprovação exigida pela alínea ôaõ deste artigo, será facultado aos Agenciadores de Propaganda ainda não registrados encaminharem propaganda aos veículos, desde que comprovem sua filiação ao sindicato da classe.

Parágrafo 2.º - O Sindicato da classe manterá um registro dos Agenciadores de Propaganda, a que se refere o parágrafo anterior, para o fim de lhes permitir o exercício preparatório da profissão somente no decurso de doze meses improrrogáveis.

Parágrafo 3.º - O registro da profissão de Agenciador de Propaganda tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (cento e vinte) dias para aqueles que já se encontram no exercício dessa atividade.

CAPÍTULO IV

Das Comissões e Descontos devidos aos Agenciadores e Às Agências de Propaganda

Art. 11.º - A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido Às Agências de Propaganda, serão fixados pelos Veículos de Divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

Parágrafo Único - Não será concedida nenhuma comissão ou desconto sobre a propaganda encaminhada diretamente aos Veículos de Divulgação por qualquer pessoa física ou jurídica que não se enquadre na classificação de Agenciador de Propaganda ou Agência de Propaganda, como definidos na presente lei.

Art. 12.º - Não será permitido aos Veículos de Divulgação descontarem da remuneração dos Agenciadores de Propaganda, no todo ou em parte, os débitos não saldados por anunciantes, desde que sua propaganda tenha sido forma e previamente aceita pela direção comercial do Veículo de Divulgação.

Art. 13.º - Os Veículos de Divulgação poderão manter a seu serviço Representantes (Contatos) junto a anunciantes e Agências de Propaganda, mediante remuneração fixa.

Parágrafo Único - A função de Representantes (Contatos) poderá ser exercida por Agenciador de Propaganda, sem prejuízo de pagamento de comissões, se assim convier Às partes.

Art. 14.º - Ficam assegurados aos Agenciadores de Propaganda, registrados em qualquer Veículo de Divulgação, todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas Leis do Trabalho.

CAPÍTULO V

Da fiscalização e penalidades

Art. 15.º - A fiscalização dos dispositivos desta lei será exercida pelo Departamento Nacional do Trabalho, Delegacias Regionais, assim como pelos sindicatos e associações de classe das categorias interessadas, que deverão representar Às autoridades a respeito de quaisquer infrações.

Art. 16.º - As infrações do disposto nesta lei serão punidas pelo órgão fiscalizador com as seguintes penas, sem prejuízo das medidas judiciais adequadas e seus efeitos como de direito:

a) multa, nos casos de infração a qualquer dispositivo, a qual variará entre o valor da décima parte do salário mínimo vigente na região e o máximo correspondente a dez vezes o mesmo salário mínimo.

b) se a infração for a do parágrafo único do art. 11, serão multadas ambas as partes, à base de 10 (dez) a 50% (cinquenta por cento) sobre o valor do negócio publicitário.

Parágrafo Único - Das penalidades aplicadas, caberá sempre recurso no prazo de 10 (dez) dias.

CAPÍTULO VI

Disposições Gerais

Art. 17.º - A atividade publicitária nacional será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em outubro de 1957, na cidade do Rio de Janeiro.

Art. 18.º - A presente lei, regulamentada pelo Ministério do Trabalho dentro de 30 (trinta) dias de sua publicação, entra em vigor na data dessa publicação.

Art. 19.º - Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 18 de junho de 1965.

Atualizado até/Last Update: 05/07/96

I - A propaganda é a técnica de criar opinião pública favorável a um determinado produto, serviço, instituição ou *ideia*, visando a orientar o comportamento humano das massas num determinado sentido.

II - O profissional da propaganda, cômico do poder que a aplicação de sua técnica lhe põe nas mãos, compromete-se a não utilizá-la senão em campanhas que visem ao maior consumo dos bons serviços, ao progresso das boas instituições e à difusão de *ideias* sadias.

III - O profissional da propaganda, para atingir aqueles fins, jamais induzirá o povo ao erro; jamais lançará mão da inverdade; jamais disseminará a desonestidade e o vício.

IV - No desempenho do seu mister, o profissional da propaganda agirá sempre com honestidade e devotamento com seus comitentes, de modo a bem servir a ele e à sociedade.

V - Nas relações entre os seus colegas, o profissional da propaganda pautará sua conduta pela estreita observância das definições, normas e recomendações relativas à ética da profissão, restringindo sua atividade profissional ao setor de sua escolha, assim elevando, pelo respeito mútuo, pela lealdade e pela nobreza da atitude, o nível da sua profissão no País.

DEFINIÇÕES, NORMAS E RECOMENDAÇÕES

I - DEFINIÇÕES

1. São considerados profissionais da propaganda somente os componentes, empregados e colaboradores das entidades mencionadas nos Artigos 2, 3, 4, 5, 6 destas definições e cuja função seja exercida no SETOR DE PROPAGANDA da entidade.

2. O anunciante, também chamado cliente, é a entidade, firma, sociedade ou indivíduo que utiliza a propaganda.

3. A Agência de Propaganda é a firma organizada para exercer as funções definidas pela ABAP. e que realiza a propaganda para o cliente e promove negócios para os veículos de propaganda, que a reconhecem como tal e a ela pagam comissão.

4. Veículos de propaganda são os jornais, revistas, estações de rádio, TV, exibidores de cartazes e outras entidades que recebem autorizações e divulgam a propaganda, aos preços fixados em suas tabelas.

5. Representantes de veículos são organizações especializadas, ou indivíduos que tratam dos seus representados, em geral sediados em outras praças, dos quais recebem remuneração, e para os quais também contratam propaganda.

6. Corretor é o indivíduo registrado no veículo, onde funciona como intermediário da publicidade remunerada, estando sujeito à disciplina e hierarquia do veículo.

7. Publicidade remunerada pode ser ou não ser propaganda.

8. Comissão é a retribuição, pelos veículos, do trabalho profissional, devida exclusivamente às agências e aos corretores de propaganda. A comissão se destina à manutenção das agências e dos corretores de propaganda e não poderá ser transferida aos anunciantes.

II - NORMAS

9. Os veículos de propaganda reconhecem a necessidade de manter os corretores e as agências como fonte de negócios e progresso dos seus empreendimentos e, por isso, a eles reservam o pagamento da comissão com exclusão de quaisquer outros indivíduos ou entidades.

10. A tabela de preços é pública e igual para todos os compradores, dentro de iguais condições, incumbindo ao veículo observá-la e fazê-la observar por todos os seus agentes ou prepostos, cujo reconhecimento como tal poderá ser cancelado por infração deste dispositivo.

11. Aos veículos de propaganda fica naturalmente reservado o direito de dar ou não crédito à agência, não sendo lícito, porém, negar-lhe a comissão ou recusar-lhe a divulgação do anúncio quando pago à vista. Excetuem-se os casos em que a matéria não se enquadre dentro da ética ou quando a agência haja deixado de ser reconhecida pelo veículo, do que lhe deve ser dado aviso com 90 dias de antecedência.

12. A comissão percebida pelo corretor não é, necessariamente, a mesma concedida às agências que dão “delcredere” efetivo e fazem as cobranças das contas dos veículos dos anunciantes.

13. Todo trabalho profissional de propaganda faz jus à paga respectiva nas bases combinadas, na falta destas prevalecendo o preço comum para trabalhos similares. Em caso de dúvida poderá ser o preço avaliado por três profissionais indicados, a pedido, pelo presidente da ABP. ou suas similares estaduais. É proscria por desleal a prestação de serviços profissionais gratuitos ou por preços inferiores aos da concorrência, a qualquer título, excetuados, naturalmente, os casos em que o beneficiário seja entidade incapaz de remunerá-los e cujos fins sejam de inegável proveito social coletivo.

14. Os veículos faturarão sempre em nome dos anunciantes, enviando as contas à agências por elas responsáveis, para cobrança.

15. Com o objetivo de incentivar a produção de *ideias* novas de que tanto necessita a propaganda, presume-se sempre que a *ideia* pertence à Empresa criadora e não pode ser explorada sem que esta dela se beneficie.

16. É imoral deturpar ou apresentar de maneira capciosa elementos de pesquisa ou estatísticas. Recomenda-se também que sempre que tais dados sejam utilizados como elemento fundamental de persuasão, mencione-se sua fonte de origem.

17. O plágio, ou a simples imitação de outra propaganda, é prática condenada e vedada ao profissional.

18. O profissional de propaganda deve conhecer a legislação relativa a seu campo de atividade, e como tal é responsável pelas infrações que, por negligência ou omissão intencional, levar o cliente a cometer, na execução do plano de propaganda que sugeriu e recomendou.

19. O profissional de propaganda respeita as campanhas de seus competidores, jamais procurando destruí-las por atos, ou impedindo a sua divulgação. Nos textos que usa, exalta as vantagens dos seus temas, sem que isso envolva críticas ou ataques diretos ao competidor.

20. A propaganda é sempre ostensiva. A mistificação e o engodo que, escondendo a propaganda, são expressamente repudiados pelos profissionais de propaganda.

21. A obrigação do veículo para com o anunciante limita-se exclusivamente à divulgação da matéria autorizada no espaço determinado de acordo com as especificações técnicas ou o uso do tempo contratado pelo anunciante, não devendo este, de forma alguma, pretender influir na opinião do veículo. As obrigações mútuas são de caráter estritamente comercial.

22. É taxativamente considerada imoral a alegação do volume de verbas de propaganda, a fim de obter mudança de atitudes dos veículos, influenciar decisões ou conseguir vantagens não obtidas por outrem, em igualdade de condições.

III - RECOMENDAÇÕES

23. O profissional de propaganda que trabalha para uma determinada entidade não deve emprestar sua colaboração a outra empresa que, por vezes, está competindo com aquela que lhe paga o salário e lhe enseja a oportunidade de progredir na profissão.

24. Todos os profissionais de propaganda se comprometem, nos limites de sua competência, a assegurar, por suas ações, por sua autoridade e influência, o cumprimento deste Código, devendo empenhar-se pela neutralização dos menos escrupulosos que comprometem a seriedade da profissão.

25. É imoral, por prejudicar o povo, qualquer fixação de verbas de propaganda imposta por convênios, entre anunciantes, indicada direta ou indiretamente pelos sindicatos, associações, cartéis ou pelos Governos federal, estaduais ou municipais. Outrossim, a firma, representante ou vendedor que receber verbas, percentagem ou bonificações para propaganda, não poderá, sem quebra de honestidade comercial, deixar de aplicá-las em propaganda, quer dando-lhes outro destino ou, simplesmente, as incorporando aos seus lucros.

26. É imoral a utilização de *ideias*, planos ou material de uma Agência de Propaganda por parte do cliente que porventura dela se desligar, quer tal utilização seja feita diretamente, quer por intermédio de terceiros, sem consentimento prévio da Agência criadora.

27. A utilização da propaganda deve ser incentivada, pois ideal seria que todas as *ideias*, todos os serviços e todos os produtos fossem simultaneamente apregoados em todos os pontos do País, na mais livre concorrência, para a mais livre escolha de todos os cidadãos.

28. Recomenda-se que as Associações de Propaganda em cada cidade do País tomem a iniciativa de instituir comissão local de Ética de Propaganda, a qual terá como orientadores de suas normas os princípios estabelecidos neste Código.

Atualizado até/Last Update: 27/07/96.

ANEXO E

JORNAL DO BRASIL ☆ TERÇA-FEIRA, 16 DE JULHO DE 2002

cademob@jb.com.br

O poliglota de uma língua só

O gramático Evanildo Bechara fala sobre as potencialidades da linguagem

RODRIGO FONSECA
REPORTER DO JB

Em salas de aula de todo o país, o nome Evanildo Bechara equivale a um oráculo quando o assunto é língua portuguesa. Na dúvida sobre a regência de um verbo ou sobre regras de concordância, recorre-se a algumas das obras escritas pelo professor pernambucano de 74 anos, membro da Academia Brasileira de Letras (ABL) desde 2000 e considerado por muitos o último dos grandes gramáticos do país. Mas as preocupações de Bechara com a língua não se resumem a formalismos ou tira-teimas. A grande questão para o autor da já clássica *Moderna gramática portuguesa* (lançada nos anos 60 com status de bíblia e atualmente publicada pela editora Lucerna) está na forma como a potencialidade que a língua oferece é desfrutada pela sociedade brasileira. É essa discussão que ele vai levar para o 2º Seminário Superior de Língua Portuguesa, organizado pela Academia Brasileira de Filologia, que acontece até sexta-feira no Auditório da Universidade Estácio de Sá (Rua São José 35, Centro). O ciclo de palestras discute a função da escola e da universidade frente à coloquialidade da linguagem. Bechara apresenta amanhã, às 14h, o colóquio *Algumas dificuldades da língua portuguesa*. "As dificuldades de que vou falar são os conceitos adequados para se ensinar e estudar a língua." Em entrevista ao JB, Bechara comenta esses conceitos, explica sua tese sobre

'O falante é que é pobre ou rico no uso que sabe fazer da língua'

ser poliglota dentro da própria língua e aponta os principais maus-tratos aos quais o português vem sendo submetido. — A língua portuguesa está empobrecida? — Não. O que se empobreceu foi a potencialidade dos falantes. Uma língua não é pobre ou rica. O falante é que é pobre ou rico no uso que faz dela. Perder a potencialidade de uma língua é um sinal de enfraquecimento. — Que fatores contribuíram para a perda dessa potencialidade? — A distância entre um falar padrão

e um falar espontâneo. Minha tese é a de que a educação lingüística de um falante significa transformá-lo em um poliglota dentro da própria língua. Quando ele chega à escola, ele vem com uma modalidade de linguagem. A escola não tem que substituir essa modalidade, tem de acrescentar mais uma a ela. Se ele

'O gramático estuda uma modalidade da língua: a padrão, a culta'

descobrir a literatura, vai descobrir mais uma potencialidade. Educar lingüisticamente uma pessoa é, portanto, habilitá-la a se expressar no maior número possível de possibilidades que a língua apresenta. — Há um esforço do sistema educacional no sentido de fazer do falante de português um poliglota em seu próprio idioma?

— Infelizmente, não. Dentro da própria universidade falta uma visão correta da potencialidade da linguagem e das línguas.

— A partir desta visão de ser poliglota na própria língua, de que forma as diferenças lingüísticas são administradas no dia-a-dia? Como a mídia lida com as diferenças entre a linguagem culta e a coloquial?

— É preciso distinguir a língua com que trabalham os gramáticos e a língua em todas as suas outras manifestações, quer a que aparece na imprensa, no rádio, num botequim ou dentro do Teatro Municipal, na qual as pessoas falam como sabem. Esta língua serve a toda uma sociedade e só é estudada pelos lingüistas, que se preocupam com todas as suas variantes. O gramático, pelo contrário, só estuda uma modalidade da língua: a padrão, a culta. Ele não se preocupa, portanto, com as diferentes

manifestações de uma língua que aparecem no dia-a-dia, mesmo na imprensa. Acontece que essas manifestações modificam a língua padrão. Além disso, o falar da imprensa, por exemplo, não extrai da língua toda sua potencialidade expressiva.

— Os neologismos que vez por outra emplacam na mídia preocupam os gramáticos?

— As vezes, um jornalista emprega um termo numa acepção que não está no dicionário. Mas se essa palavra já tem seu uso tradicionalmente acomodado na prática, ela é imediatamente incorporada à língua. Até porque, a língua não é o que os dicionários ou gramáticas registram. O grande juiz da linguagem é o uso. Quando os leitores reclamam que o jornal utilizou palavras que não estão dicionarizadas, não significa que eles possam dizer que a palavra esteja errada. Quando se fala em linguagem de jornal, o que condeno é que os professores só levem textos de imprensa para a sala de aula, que é o momento em que a pessoa pode sair da utilização imediatista da língua para uma utilização mais cultural.

É claro que ele tem suas qualidades, assim como um texto de bula de remédio tem as suas qualidades na hora de informar a alguém quantas pílulas tem de tomar. Mas lidar só com trabalhos imediatistas é perder a chance de conhecer toda a potencialidade que uma língua tem.

— Então gírias também não preocupam?

— Preocupar-se com as gírias é como se preocupar com uma onda de gripe. Elas vêm, mas vão embora. São modas. Toda moda passa. O que não significa que as gírias de hoje não possam voltar daqui a 30 anos. Mas até a novidade tem limite. Por exemplo, você não pode ir ao Teatro Municipal de bermudas, nem ir à praia usando fraque, senão vai chocar aquela tradição cultural. A língua também é uma tradição. Por isso, é preciso fazer distinções na hora de usá-la.

► BECHARA



EVANILDO BECHARA: "O grande juiz da linguagem é o uso"

HÁ 50 ANOS

Deram uma gravata nos 'chauffeurs'...

• **QUEM SE DER** ao cuidado de observar a maneira pela qual se vestem os motoristas dos veículos coletivos ou de aluguel da cidade percorrerá toda a escala entre os extremos do apuro e do desmazelo. Nos ônibus, há mais cuidado, decerto em virtude das exigências dos proprietários das empresas, mas também se chega ao cúmulo de ver indivíduos vestidos com uma camisa sem botões ou toda remendada... Mas o problema é mais complexo nos táxis. Há motoristas que se trajam com a correção de um *gentleman*. Outros, no entanto, apresentam-se sujos, rotos, sem gravata e até, às vezes, de chinélos.

Ninguém se opunha à idéia de uma regulamentação a esse respeito. E o sr. Edgard Estrela agora se propôs concretizá-la. Baixou portaria estabelecendo que a gravata será

obrigatória tanto no calor como no frio. No verão, os *chauffeurs* poderão usar somente uma camisa cáqui. Mas no inverno será obrigado o uso do paletó. A portaria começará a vigorar no dia 1º de setembro. Os infratores pagarão a multa de Cr\$ 150.

• **DECIDIDAMENTE** mais simpático pessoalmente do que nos filmes, John Wayne é uma figura franca, de maneiras simples e cor-diais. Tomando seu *breakfast* às 11h (bife, dois ovos, leite, laranja, muito pão e manteiga), na varanda do apartamento 34 do anexo do Copacabana Palace, o ator, de 44 anos, pareceu-nos com o tipo do caubói ou do fuzileiro que

estamos habituados a ver nos seus filmes. Duke, como lhe chamam os amigos, é um dos atores mais bem pagos de Hollywood.

Recebe salário anual de US\$ 500 mil, ou seja, cerca de Cr\$ 10 milhões. E possui outros negócios, tais como poços de petróleo, fazendas, uma empresa teatral na Broadway e a sociedade com o desenhista Al Capp, criador de Ferdinando. Ele disse-nos:

— A finalidade de minha viagem ao Rio é a curiosidade. Sempre de-sejei conhecer esta cidade, famosa por sua beleza. Atualmente, como produtor, estou realizando um filme no Peru, estrelado por Glenn Ford e Patricia Medina. Aproveitando então a chance, resolvi dar um pulo ao Rio, onde ficarei durante uma semana. Pelo que vi do avião, não estou arrependido.

Ó GLOBO NOTICIAVA EM 27 DE AGOSTO DE 1952

ANEXO G. 2

léxico comum.
 - Mas será que com um *brother* aqui, um *deletar* ali, não estamos abrindo a porteira para que a língua seja mais profundamente ameaçada?

- O léxico, que representa a cristalização de toda a vida material e espiritual de um povo, se forma por três caminhos. O primeiro é o idioma de origem que, no caso do português, é o latim. Segundo, os termos formados a partir do próprio português. Por exemplo, de bom surgiu bondade. E, em terceiro lugar, vêm os empréstimos linguísticos, que aparecem em função dos contatos culturais entre os povos. No português, temos empréstimos linguísticos do árabe. Por quê? Porque eles ocuparam a Península Ibérica durante sete séculos. Há empréstimos de línguas africanas, porque trouxemos para cá escravos africanos. Não se pode tirar do léxico essas palavras. Elas fazem parte da história da formação do povo brasileiro. Não existe a maneira de fechar a porteira.

- Mas, talvez, o que esteja em pauta sejam empréstimos mais recentes, do inglês.

- Isso deriva do fato de que a língua que fornece mais palavras por empréstimo é aquela que pertence a um povo hegemônico num determinado período da História. Hoje, é o inglês, graças ao papel exercido pelos Estados Unidos no mundo. Mas já foi o francês. No início do século passado, a preocupação dos nossos lingüistas era com os empréstimos do francês, os galicismos. Os livros didáticos da época traziam listas de galicismos que não deviam ser usados, tendo ao lado a forma em português adotada. E o que aconteceu? Essas listas foram absolutamente inúteis. O que ficou, abajur ou lúculo? Restaurante ou casa de pasto? Camêlo ou bufarinho? Engatar ou endentar? Etapa ou lança? Maiô ou fato de malha?

- Então, não adianta criar leis contra os empréstimos?

- Eu morei na Romênia e, no governo comunista de Ceausescu, proibiram o uso de pronomes de tratamento, como Vossa Majestade e Vossa Excelência. Só se podia usar o termo "camarada". Com a queda do regime, voltou tudo. Não se determina o uso de palavras por decreto.



José Luiz Fiorin: "O idioma não está sendo descaracterizado. O projeto é lingüisticamente inconsistente".

letarei, tinha deletado. Os termos em inglês estão entrando em nossa língua pela primeira conjugação, sem violar, portanto, nosso sistema gramatical. E, por fim, o que caracteriza um idioma é seu fundo léxico comum.

- O que é isso?
 - Esse fundo é composto das palavras mais antigas da língua, que expressam noções que vêm de há muito tempo, sem mudanças. Pertencem ao fundo léxico comum palavras que definem as partes do corpo (cabeça, braço); os termos de parentesco (pai, mãe, irmão); noções religiosas ancestrais (alma, deus); nomes de cores; palavras que indicam vícios ou virtudes (bondade, vaidade, orgulho). Alguns palavras em inglês que estão entrando nesse momento na língua está substituí-

palavras, com regras. Em português, a regra diz que não existem palavras que terminem em *r* ou *g*. Quando aparece um *r* ou um *g* numa palavra estrangeira, nossa tendência é colocar um *i*. A gente compr*o* (not dog *pus* diz roti dogui). Hoje, isso significa que estamos importando as palavras estrangeiras, mas adaptando-as ao sistema fonológico do português.

- O que mais caracteriza uma língua?

- O seu sistema gramatical. E o que está acontecendo é que, por exemplo, ao criar verbos em cima de estrangeirismos, estamos seguindo a regra de que a única conjugação possível é a primeira (verbos que terminam em *ar*), como em deletar ou imprimir. E como se conjuga? Naturalmente: deletei, de-

bre a capacidade de parte da população de aprender determinados setores do léxico, do vocabulário da língua. Até o Guga atingir os primeiros lugares do ranking do tempo mundial, ninguém sabia o que era *game* ou *match point*. Hoje, em qualquer *bet* *bet* *bet* discutem os *games* e *match points*. Por quê? Porque, quando uma parte do léxico passa a ser importante para uma pessoa, ela aprende. Ninguém vai deixar de saber o que é *sale*, *delivery*, *off*, mesmo que não fale inglês.

- Qual seria o segundo problema lingüístico apontado no projeto?

- Seria a descaracterização do idioma. Mas o que caracteriza o idioma? Primeiro, o seu sistema fonológico, ou seja, de sons. Bem, cada língua tem um sistema de sons para compor as

Trechos do projeto de lei nº 1.676, de 1999 de Aldo Rebelo

Dispõe sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa e dá outras providências.

III - prática danosa ao patrimônio cultural, se a palavra ou expressão em língua estrangeira puder, de algum modo, descaracterizar qualquer elemento da cultura brasileira.

(...) Art. 5º. Toda e qualquer palavra ou expressão em língua estrangeira posta em uso no território nacional ou em repartição brasileira no exterior a partir da data da publicação desta lei, ressalvados os casos excepcionados nesta lei e na sua regulamentação, terá que ser substituída por palavra ou expressão equivalente em língua portuguesa no prazo de 90 (noventa) dias a contar da data de registro da ocorrência.

Dispõe sobre a promoção, a proteção, a defesa e o uso da língua portuguesa e dá outras providências.

(...) Art. 4º: Todo e qualquer uso de palavra ou expressão em língua estrangeira, ressalvados os casos excepcionados nesta lei e na sua regulamentação, será considerado lesivo ao patrimônio cultural brasileiro, punível na forma da lei. (...) Para efeito do que dispõe o caput deste artigo, considerar-se-á:

- I - prática abusiva, se a palavra ou expressão em língua estrangeira tiver equivalente em língua portuguesa;
- II - prática enganosa, se a palavra ou expressão em língua estrangeira puder induzir qual-

votação no Senado. A proposta recebeu aplausos gerais dos que estão preocupados com a invasão lúculo ao território do idioma pátrio. Mas o lingüista José Luiz Fiorin, de 54 anos, professor da Universidade de São Paulo (USP), não entra nesse coro. "Não existe razão lingüística que justifique o projeto, que é inviável do ponto de vista da formação do léxico e politicamente equívocado", fulmina ele que, na semana passada, publicou na revista *Graogotá*, da Faculdade de Letras da Universidade Federal Fluminense (UFF), um artigo defendendo o seu ponto de vista. Para Fiorin, os empréstimos lingüísticos fazem parte da história de um povo e não podem ser eliminados por lei. Mais: ele não enxerga violações gramaticais, fonéticas ou vocabulares que justifiquem uma atitude protecionista - e teme que a base ideológica da defesa do idioma esteja num nacionalismo xenofóbico. O professor garante que a língua não está sob ameaça: "Enquanto o português for a língua que usamos nos momentos mais importantes e mais íntimos da vida, não corre perigo."

- Que críticas o senhor faz ao projeto do deputado Aldo Rebelo?

- Antes, eu gostaria de explicar o que é política lingüística. Trata-se de uma intervenção deliberada, como quando se faz uma escolha entre duas ou mais línguas. Um exemplo disso foi a escolha da língua usada por Dante em *A divina comédia* como a oficial quando houve a unificação italiana. A planificação lingüística é o grupo de ações para se implementar essa política. O deputado Aldo Rebelo procura estabelecer uma política lingüística que é a seguinte: nós vamos defender o português. Para isso, vamos excluir os estrangeirismos. E a planificação está nas multas para quem usar palavras estrangeiras que tenham correspondente em português. Bom, isso só se justifica quando se identifica problema lingüístico.

- E qual seria esse problema?

- O primeiro apontado pelo deputado seria que, com a invasão dos estrangeirismos, principalmente ligados à produção e publicidade de bens e serviços, haveria uma dificuldade de comunicação para o homem simples do povo.

- O senhor concorda?

- Acho que existe um preconceito so-

ANEXO H

O inglês dos americanos

A língua inglesa começou a ser falada na América por volta de 1607, mas só ganhou força mesmo quando os *pilgrims* estabeleceram sua primeira colônia, em Plymouth Rock. Até então, os americanos falavam dialetos genéricos da Inglaterra. O idioma só começou a se desenvolver quando as novas levas de ingleses foram chegando, mantendo o que chamavam de *Englishness* da língua americana.

Antes disso, o que havia eram quatro dialetos distintos, divididos entre os grupos que vieram à terra prometida: os *pilgrims*, em busca de liberdade religiosa, que vieram do Oeste da Inglaterra rumo a Massachusetts; o povo errante e libertino com suas hordas de serviçais, que chegou à Virgínia; os *quakers*, outro grupo religioso, do Norte e do País de Gales, que chegou ao vale de Delaware; e, finalmente, as pessoas comuns do Nordeste da Inglaterra, Irlanda e Escócia, que ficaram nos Apalaches.

Depois que os primeiros alemães e escandinavos, e depois mais irlandeses, começaram a chegar, a comunidade falante de língua inglesa ficou em minoria e precisou lutar para definir – e evidenciar – a sua identidade. Em 1842, a língua reinante já era mesmo o inglês, fato que o escritor Charles Dickens pôde constatar quando visitou a América naquele ano.



Obsessão – Toda esta história está em *The Cambridge history of the English language* (Cambridge University Press), editado por John Algeo, uma das maiores autoridades na história da língua inglesa. O volume 6 é um dos mais interessantes, porque focaliza o desenvolvimento do inglês na América do Norte e é inspirado no mentor de Algeo, Thomas Pyles, que tem sido durante décadas referência fundamental para estudantes da língua.

Os ingleses têm uma verdadeira obsessão pela história da própria língua e o sem-número de publicações compro-

va o interesse crescente pelo assunto, principalmente no que toca ao inglês falado em na maior ex-colônia, os Estados Unidos.

Estudos recentes têm mostrado que, apesar dos efeitos unificadores da televisão, o número de dialetos na América tem crescido muito. E a principal diferença, observam os especialistas, não é nem quanto à pronúncia, mas quanto ao vocabulário mesmo. Há pelo menos quatro dialetos regionais, além dos muitos dialetos sociais que se espalham pelo país, e ainda o inglês africano e o hispânico. Existe até uma sociedade americana de dialeto, fundada em 1889.

Um dos capítulos do volume editado por John Algeo, assinado por Lee Pedersen, analisa as origens do dialeto do Sul – mais forte e criativo, surgido com os escravos – e também as raízes das gírias que não são uma invenção moderna, como podem pensar alguns, mas uma linguagem universal, provavelmente simultânea à criação do discurso humano.

The Cambridge history of English language é mais do que um apanhado sobre a história da língua de Shakespeare na América, é um estudo que interessa a qualquer um que goste de línguas e tenha curiosidade a respeito de como elas foram criadas e chegaram a ser o que são hoje. Na Inglaterra, na América ou em qualquer lugar.

ANEXO I. 1



ENTREVISTA

Ronaldo Vainfas e Lúcia Bastos Pereira das Neves

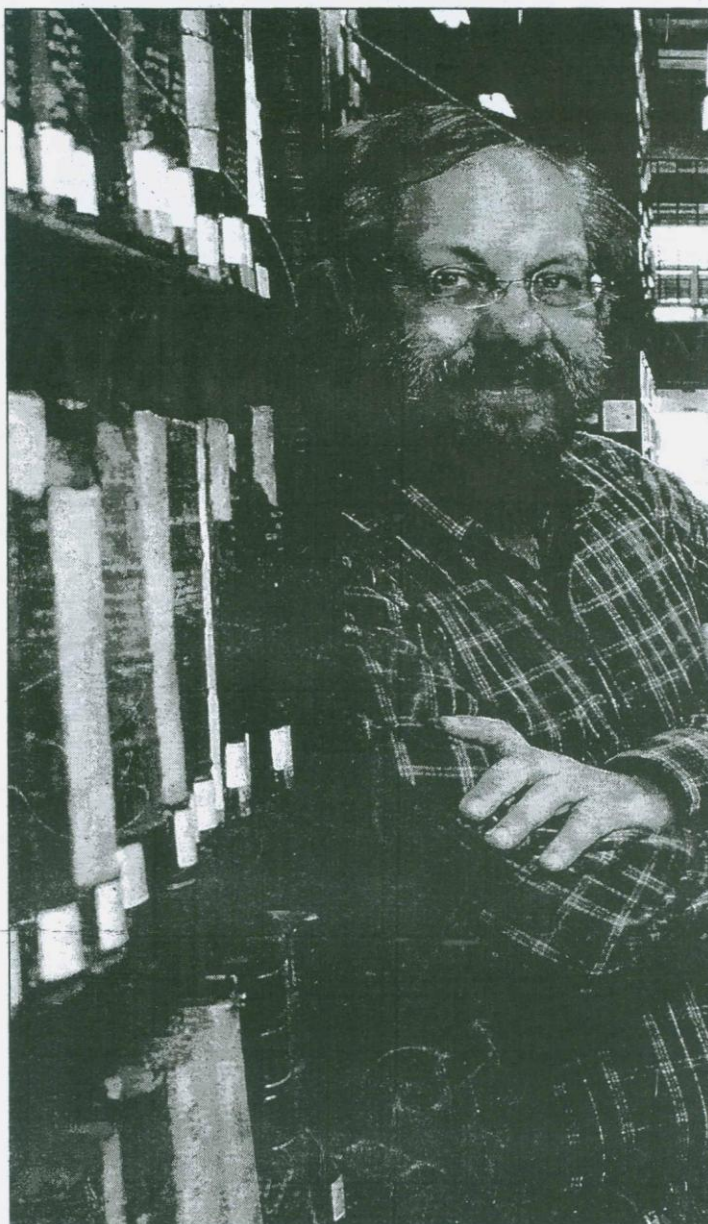
• Organizador de dicionários do Brasil Colônia e do Brasil Império, o historiador Ronaldo Vainfas se debruçou sobre o período joanino a convite de Alberto da Costa e Silva, coordenador da comissão da prefeitura que organizou as comemorações pelo bicentenário da transferência da corte. Para ajudá-lo na tarefa, convidou Lúcia Bastos Pereira das Neves, segundo ele “a maior especialista nesse período”. Juntos, definiram a lista de assuntos e começaram um longo trabalho de encomendas e revisões de textos, em que era preciso evitar redundâncias e também divergências, pois, segundo Lúcia, “um dicionário não é um livro de polêmica”. O que não impediu, garantem, que nos temas mais controversos as discordâncias fossem registradas, ainda que não de forma opinativa. Durante a entrevista na Biblioteca Nacional, os dois se alternavam a todo momento nas respostas, interrompendo e completando raciocínios, e ao final acabaram eles também expondo uma discordância, em relação a D. João: enquanto Lúcia, que prepara uma biografia do rei, considera injusta sua imagem de covarde, Vainfas, um pouco de implicância, insistia que ele foi, sim, um rei fujão.

Miguel Conde

O GLOBO: Em que a visão histórica construída por um dicio-

‘Não é um l

Organizadores dizem que dicionário



D

ANEXO I. 2

nário como este difere daquela que se expõe num livro?

RONALDO VAINFAS: Primeiramente, no dicionário você pode encontrar uma diversidade de assuntos que às vezes estão espalhados por livros muito especializados, ou que não são abordados nos livros de síntese geral. Segundo, o dicionário, por sua natureza, é fragmentário, está organizado em verbetes. O cerne dele está na elaboração da nominata, quando você escolhe os assuntos que vai destacar.

LÚCIA BASTOS PEREIRA DAS NEVES: A gente tem que ficar monitorando, porque há intercessões de personagens e assuntos, para ver se não há repetições, reiteraões ou mesmo divergências frontais. Um dicionário não é um livro de polêmica.

• *Como evitar contradições numa obra que reúne textos de 48 autores com formações e metodologias distintas?*

VAINFAS: A contradição entre verbetes não é desejável, o que não quer dizer que se oculte a polêmica. Pelo contrário, em verbetes que tratam de temas controvertidos, fizemos questão de que isso ficasse explicitado. Mas os verbetes são informativos ou no máximo analíticos. Eles não são polêmicos ou opináticos. Não cabe a um autor de verbete ficar externando o que ele acha e o que ele não acha sobre cada assunto.

• *O senhor disse que a escolha dos verbetes determina o tipo de enfoque dado sobre o período. Que assuntos vocês quiseram enfatizar?*

VAINFAS: Como no outros dicionários, tínhamos quatro categorias de análise: conceitos ou processos; instituições; eventos; e a personália, os principais personagens desse período.

LÚCIA: A gente achou que convinha ter alguns verbetes sobre a conjuntura internacional europeia que foi responsável por essa vinda da corte. Temos um verbete sobre Napoleão Bonaparte, por exemplo. Não é uma biografia, mas a imagem do Napoleão nesse

Ronaldo Vainfas

“

O contraste enorme é esse: de um lado uma “europeização” e de outro uma africanização numa escala sem precedentes

mundo luso-brasileiro, reconstituída através de lendas e panfletos da época.

• *Existe também um foco especial sobre o Rio, não?*

LÚCIA: Sim. Quando você analisa o período joanino, apesar de controvérsias, sem dúvida o Rio de Janeiro foi o grande foco. As outras províncias não tiveram os mesmos benefícios, não sofreram as mesmas transformações que o Rio de Janeiro. Outra coisa importante foram as africanidades. É um assunto que está começando a ser mais discutido, então nos preocupamos em dar a ele um espaço maior do que o recebido em outros dicionários.

VAINFAS: E também a questão indígena, que foi pouquíssimo estudada. Existe por exemplo a declaração de guerra aos botocudos feita por D. João.

LÚCIA: E há verbetes sobre assuntos que você só encontra em livros muito especializados, acadêmicos, como aqueles que falam de alimentação, culinária, vida privada, coisas do cotidiano.

• *Que episódios ou detalhes*

ainda pouco divulgados do período constam do dicionário?

VAINFAS: Há alguns. Um exemplo é o movimento sebastianista na Serra do Rodeador, entre 1818 e 1820. É interessante, inclusive porque ali se faz um contraste entre um movimento rural sebastianista, que era monarquista à moda arcaica, com a Revolução Pernambucana de 1817, que é republicana e autonomista. Uma pensa no futuro, enquanto a outra está voltada para o passado. A Republicana, com todas as limitações, é ilustrada, enquanto a outra é mística.

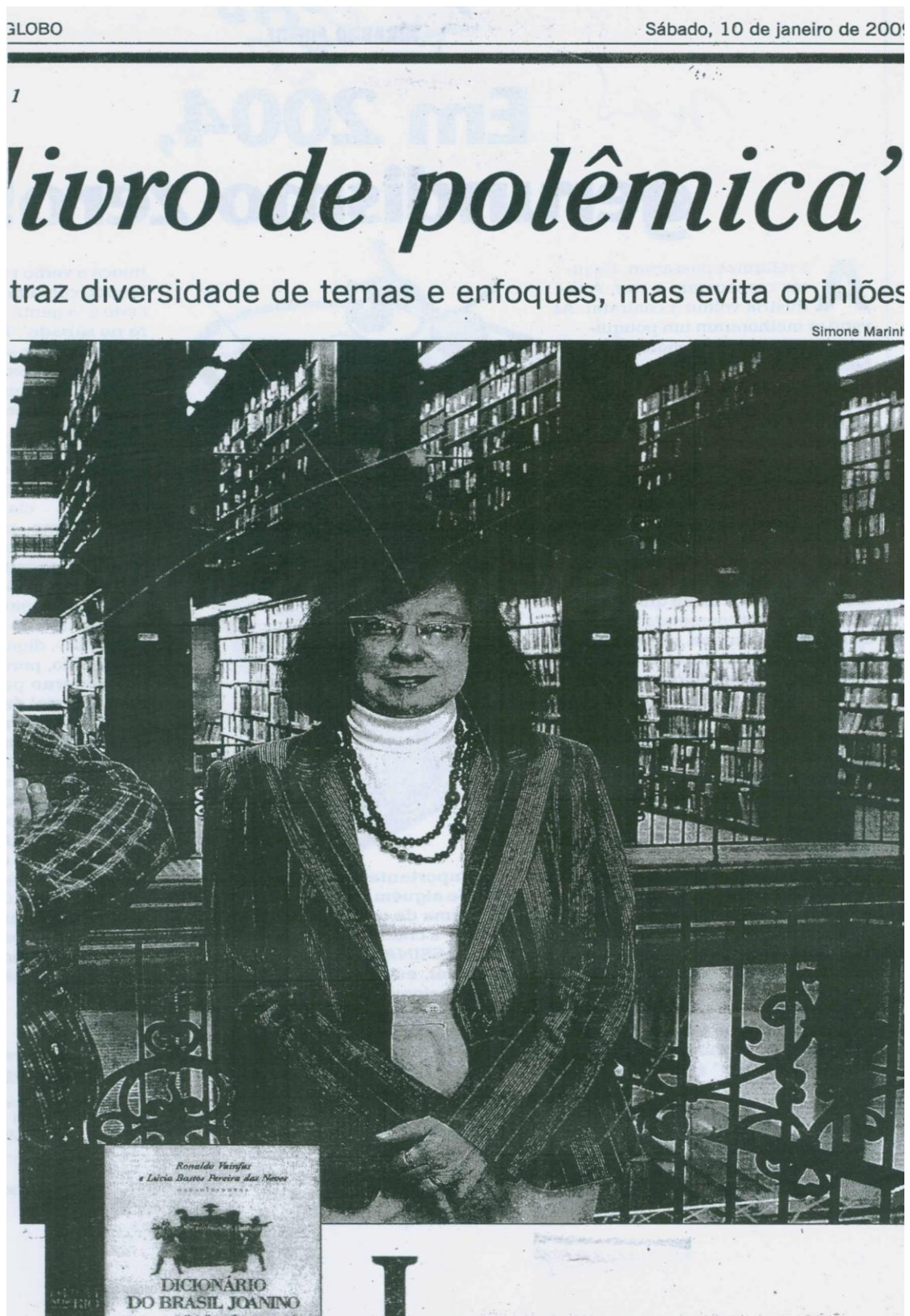
• *Pensando mais especificamente no Rio, e na importância que vocês dizem ter dado às africanidades, poderiam comentar a diversidade cultural da cidade na época? Há um verbete sobre os “chins”, por exemplo, em que ficamos sabendo que a primeira colônia chinesa no Rio data de 1814.*

LÚCIA: É verdade. Com a chegada de D. João, você tem um aumento na importação de escravos, mas também se começa a pensar na vinda de um outro tipo de trabalhador.

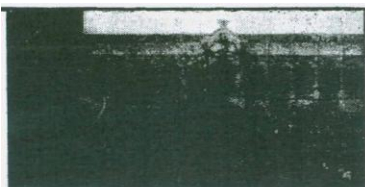
VAINFAS: Os tratados com a Inglaterra assinados aqui, embora não fossem definitivos, já sinalizavam para o fim do tráfico.

LÚCIA: Essa importação dos “chins”, como eles eram chamados, é uma possibilidade que continuará sendo discutida durante o Império. Você tem congressos agrícolas em que os grandes donos de terra falam sobre isso, como forma de substituição ao trabalho dos escravos, embora a ideia não seja levada adiante. Os “amarelos” são considerados por eles uma raça inferior, diferente dos imigrantes europeus. No caso dos primeiros chineses que vieram para cá, descobri um documento em que eles pedem até um tradu-

ANEXO I. 3



ANEXO I. 4



tor à D. João, pela dificuldade em falar o português.

• *O dicionário menciona também um crescimento na imigração de espanhóis, franceses e ingleses. Entre tantas culturas distintas misturadas, alguma delas predomina, ou existe uma hibridização?*

VAINFAS: Você tem ainda outras experiências de colonização, como a dos suíços em Nova Friburgo. Existe uma perspectiva de europeização, e isso se traduz entre outras coisas no estímulo à vinda de estrangeiros, naturalistas, técnicos. Isso na realidade já vinha do século XVIII, está ligado ao plano da coroa portuguesa de conhecer melhor o Brasil.

LÚCIA: Essa europeização, entre aspas, é o que se considera na época civilizar, no sentido de polir. Você ia ter a corte instalada aqui, então tinha que fazer disso aqui a sede da corte. E quase todos viajantes da época, quando chegam aqui, dizem: "o Rio é uma cidade negra".

VAINFAS: O contraste enorme é esse. De um lado essa "europeização" e de outro uma africanização numa escala sem precedentes. Qualquer estudo quantitativo sobre o volume do tráfico do século XVI até 1850 mostra que o período em que mais se concentrou o tráfico negreiro foi no início do século XIX. Isso tem a ver com a vinda da corte e suas consequências, as negociações com a Inglaterra, os tratados.

LÚCIA: Também um aumento da escravidão urbana, com mais pessoas vindo para cá.

VAINFAS: E um novo pólo econômico que começa a se desenvolver, o Vale da Paraíba.

LÚCIA: Ao mesmo tempo, surge um mercado de artigos de luxo, com a vinda dos modis-

Lúcia Bastos Pereira das Neves

“

No período joanino, o Rio de Janeiro foi o grande foco. As outras províncias não tiveram os mesmos benefícios

tas, casas vendendo roupas de melhor qualidade para homens e mulheres. A partir da derrota de Napoleão há uma grande afluxo de franceses, que dominam o mercado de roupas femininas, enquanto os homens quase sempre se vestem com roupas inglesas.

VAINFAS: A referência cultural era portuguesa. Com a vinda da corte, ela se abriu.

• *Quem serão os consumidores desses produtos e serviços? Um comerciante da época tinha condições de comprar um vestido francês para sua mulher, por exemplo?*

LÚCIA: O grande comerciante tinha, o chamado de grosso trato. São eles que vão de uma certa maneira sustentar as necessidades dessa corte, recebendo em troca títulos honoríficos. D. João sempre foi muito comedido na distribuição de títulos de nobreza aos brasileiros natos. Esses homens ganhavam honrarias, títulos como comendador da ordem de Cristo, da ordem de espada. E esses homens tinham que comprar para suas mulheres roupas que correspondessem a essa posição. Com D. João,

se instalam no Rio cerimônias em que as roupas traduziam toda uma hierarquia social.

• *Mas então o consumo de importados, por exemplo, ficava restrito a um pequeno grupo de grandes comerciantes?*

VAINFAS: Tudo indica que os preços dos importados em geral desceram, por causa da quebra do monopólio, da multiplicação de comerciantes e agentes. Uma prova definitiva dessa tendência é o preço dos escravos, cuja queda produziu uma pulverização do mercado. Gente modesta, pequenos proprietários, até ex-escravos tinham escravos.

• *E de que maneira a corte, por sua vez, sofre a influência da cultura popular?*

VAINFAS: Portugal nesse momento está cada vez mais afastado das suas vertentes africanas, desde as políticas do Marquês de Pombal. Essa influência só se consolidaria durante um período mais longo.

• *Como foi a decisão de usar o termo "transmigração" para falar da mudança da Corte?*

VAINFAS: É uma expressão clássica da historiografia. Não deixou de ser uma fuga, mas esse termo incorpora uma visão muito portuguesa, assim como vinda traduz uma visão brasileira do processo.

LÚCIA: Além disso, com fuga estaríamos reforçando também a imagem do rei fujão...

VAINFAS: Mas ele foi fujão...

LÚCIA: Não acho.

VAINFAS: Olha aí, uma discórdia frontal que não está no dicionário (*risos*).

LÚCIA: Não acho que ele tenha sido fujão. A fuga existe mas ao mesmo tempo ele conseguiu se manter no poder. ■

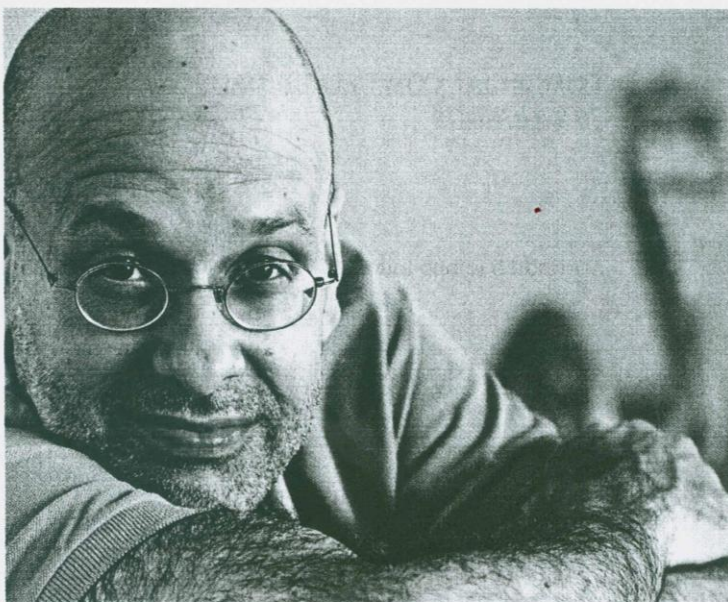
ANEXO J

LIVROS

Os deuses,
as onças e o
canibalismo

“NO PRINCÍPIO, o Universo era provavelmente muito escuro.” Assim começa a lenda em torno da qual gira **MEU DESTINO É SER ONÇA: MITO TUPINAMBÁ RESTAURADO POR ALBERTO MUSSA** (Record, 272 páginas, R\$ 39). Dividida em dez capítulos, a lenda narra, na abertura, a criação do mundo, dos homens e de Tupã. Na sequência, fala do império da noite sobre a claridade e dos primeiros conflitos entre os homens, ainda longe da terra sem mal (o paraíso). Logo surge Maíra, pessoa incomum, disposta a organizar a vida em comunidade. Dentro daquele mundo primitivo, ele é um civilizador, ensinando hábitos de higiene, construção de artefatos e noções de moral. Maíra rouba o fogo. E com ele ensina os demais a afugentar os animais. Sumé é outro índio a fazer prodígios. O principal deles: transformar-se em onça. Na lenda, o apocalipse tupinambá aconteceria quando Sumé, virado onça, comesse a lua, apagando assim a noite e trazendo a treva total. Mais que o animal propriamente dito, a onça é uma entidade, espécie de divindade a emprestar força destruidora.

Em 1555, o frei André Thevet, em viagem ao Brasil, recolheu essa, entre tantas histórias narradas pelos velhos indígenas. Cerca de 450 anos depois, um autor brasileiro captou a mensagem. O mito é uma bíblia sintetizada em que se narra a gênese do Universo. Trata-se da mitologia mais pura extraída do mundo dos tamoiós, também conhecidos como tupinambás – exterminados, segundo Mussa, não pelos portu-



gueses, mas sobretudo por doenças. O autor recuou até nossos antepassados e bateu de frente com um universo tão fantástico quanto as epopeias míticas clássicas, sejam elas gregas, egípcias, hindus, árabes, da América do Sul ou Central. O livro de Mussa registra as particularidades míticas dos índios e sua amplitude, para não deixar dúvidas de que somos filhos da mesma grandeza. Nossa discutível (para não dizer baixa) autoestima pode se vangloriar: temos um passado milenar cheio de cosmogonias – aquelas lendas que explicam o nascimento do mundo. Elas aparecem em *Meu destino é ser onça* na forma de um romance-ensaio ou de um ensaio romancado.

O escritor vai na contramão da ficção brasileira contemporânea, em que 90% da produção se baseia nas neuroses da classe mé-

LENDAS
O escritor carioca Alberto Mussa, de 47 anos, recuperou, mitos indígenas

MEU DESTINO É SER ONÇA

dia. Seu foco está nos povos e culturas remotos, distantes de nosso dia a dia esfomeado por imaginação. O tema aparece em várias de suas obras, como *O enigma de Qaf* (2004), romance que busca solução para um mistério da cultura árabe. Já nos contos de *Elegbara* (2005), Mussa invoca a presença de Exu, entidade do candomblé, viajando pelas culturas brasileira, portuguesa e africana. O cenário do romance *O trono da rainha Jinga* (2007) é o Rio de Janeiro do século XVII e a escravidão. *Meu destino é ser onça* comprova a estética consolidada de Mussa: a exploração de povos e suas histórias. Na literatura, ela não se dá tão só pela coragem de um projeto ambicioso como o da mistura de gêneros desse livro.

Mussa tem fôlego para a pesquisa. Além da credibilidade de tamanha pesquisa, há também muita inventividade no livro. O autor faz uma releitura de documentos, livros antigos e fontes primárias quase inalcançáveis. Seu objetivo é renovar nossos mitos, que pareciam esquecidos, quando de fato nem sequer foram absorvidos pela historiografia. Mussa é devorador. E faz do que parecia velho e morto algo novo e vivo.

Segundo Alberto Mussa,
“há 15 mil anos somos
brasileiros, e não sabemos
nada do Brasil”

SEM MEDO DE FALAR PORTUGUÊS • Continuação da página 1

Neologismos também podem criar barreiras

Em um mesmo setor, o estrangeirismo tende a ser aceito. Entre os principais guetos, a área de marketing

O excesso de estrangeirismo entre os profissionais não causa apenas "dificuldade de comunicação". Também provoca, lembram consultores, a criação de neologismos — palavras ou expressões novas — que também podem gerar ruídos nas conversas. E que os puristas, aliás, detestam.

O professor de português Sérgio Nogueira explica que a facilidade com que o estrangeirismo se prolifera no Brasil é mais uma das consequências do famoso "feitiço de ber" do brasileiro:

— Tanto que em Portugal o estrangeirismo não é tão forte assim. Eles se preservam mais. O brasileiro é mais aberto e receptivo. Além disso, é comum que as pessoas vejam para se ter ideia, na empresa de Internet Sirius, por exemplo, é normal dizer que "fulano foi detetado da firma X" e "está na hora de *estartar* tal atividade", diz seu diretor Carlos Mayrink.

— É claro que tem gente que, de vez em quando, desconhece o que significam esses novos verbos. Sem problemas: as pessoas explicam em seguida.

Português não dá margem a equívocos

Contrário ao que dizem muitos especialistas em RH, Daniel Purwin, consultor da área de tecnologia médica da Siemens, afirma que é mais do que comum incorporar termos em inglês às suas conversas profissionais. Mas, garante, com gente que é da mesma área.

A palavra em inglês tem mais significado. É muito melhor dizer "me dá um *input*" do que me dá uma ideia. E bem

mais enfático perguntar "qual será o *output*?" do que "qual será o resultado" — acredita Purwin, frisando que os equipamentos e os exames também são em inglês: — *Ultrasound* é, por exemplo, a tão comum ultrassonografia.

Segundo Iolão Esteves, diretor-executivo do Grupo Foco, mesmo que todos os profissionais compreendam o que está sendo dito, sempre existe o risco de ocorrer uma interpretação errada:

— Por isso, é sempre bom empregar o português, que não dará margem a interpretações equivocadas.

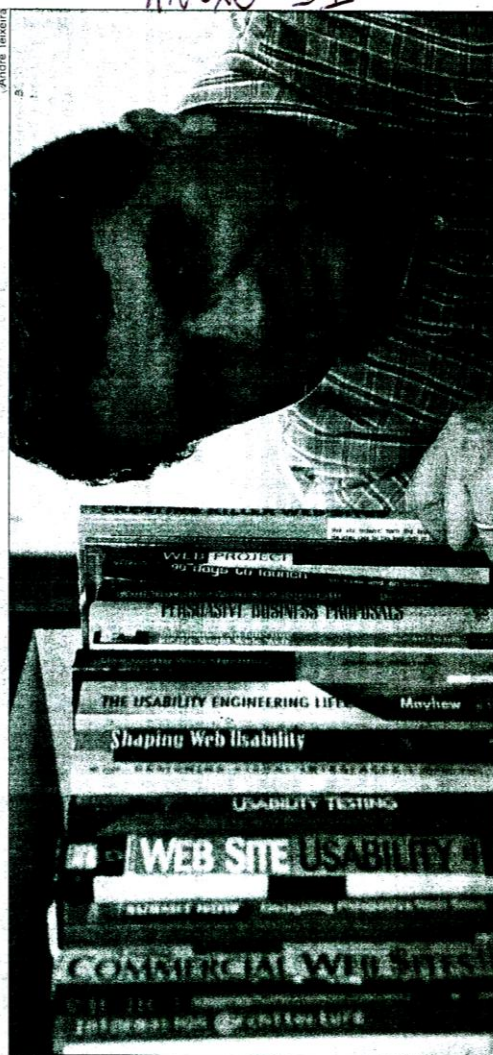
'Falar inglês é quase vício de linguagem'

Paulo Gustavo Moura Gomes, assistente de Marketing da rede Pestana Hotels & Resorts, concorda. Para ele, inglês só quando é realmente inevitável:

— O marketing tem termos próprios que precisam ser usados. Fora isso, é o português de sempre.

Para Denys Monteiro, consultor da Asap Executive Recruiters, no entanto, o uso de inglês é proporcional ao nível de sofisticação da empresa. Ou seja, para ele, o inglês é bem aceito em algumas empresas. Tanto que ele não desaconselha o uso de termos no idioma em entrevistas:

— Falar inglês é quase um vício de linguagem, resultado do mundo globalizado. Em algumas empresas, isso está incorporado à seus profissionais. Por isso, acredito que o profissional só precisa mesmo saber com quem está falando para saber se o inglês é adequado — diz Monteiro. ■



CARLOS MAIRINK é a favor de novos verbos como *dejetar* e *estartar*: na dúvida, diz, tradução para quem não entende o significado das palavras

Cuidados com o estrangeirismo

• **EXCESSOS:** O uso de palavras estrangeiras em excesso, segundo especialistas, age diretamente sobre a imagem do profissional, que pode acabar sendo visto como uma pessoa pedante. Ou como alguém que precisa mostrar profundos conhecimentos sobre determinada área.

• **SOB MEDIDA:** Nomes técnicos ou que ainda não têm

tradução devem ser utilizados em sua língua de origem. Além disso, termos de uso já consagrado também não precisam ser empregados em português.

• **POR SETOR:** As áreas de tecnologia, marketing e mercado financeiro lideram a lista dos setores que mais sofrem influência externa, isso porque a maior parte da re-

ferência bibliográfica desses setores é estrangeira. •

• **OUVINTE:** Ainda que seja para usar termos técnicos ou que não tenham tradução, o profissional deve saber identificar com quem está falando, ressaltam consultores. Se a conversa for entre pessoas de sua área, ele não precisa se preocupar em traduzir os termos. No entanto, se seu

ouvinte for de um outro setor, é preciso que ele tome esse cuidado.

• **PURISTAS:** Mesmo que o estrangeirismo seja inevitável, há sempre quem seja terminantemente contra ele. Principalmente porque ele incentiva o uso neologismos, como *deletar* (apagar), *estartar* (começar) e *interfraccar* (fazer interação).

O GLOBO

BOA CHANCE

3 Cadernos
classificados:
O melhor entre
as ofertas de
emprego



Coluna de
Franchising:
Excepcionalmente,
esta semana, na
página 5

DOMINGO, 16 DE MARÇO DE 2003

Sem medo de falar português

Até que ponto
o profissional
pode usar termos
em inglês no
dia-a-dia, sem
causar danos
à carreira

Fabiana Ribeiro

Sabia que IT é uma sigla usada para abreviar tecnologia da informação, ou mais especificamente *information technology*? E que *outplacement* significa recolocação no mercado de trabalho e é um termo de uso corrente entre os profissionais de Recursos Humanos? Sabia que *lead* é o primeiro parágrafo de uma matéria de jornal, como este aqui, no qual costuma estar condensada a parte principal da notícia? Se não sabia, e principalmente se está interessado em uma dessas áreas, aprenda logo. Mas, depois, arquivando a informação. Segundo consultores, o estrangeirismo acaba provocando um pecado fatal nas relações profissionais: não se fazer entender.

Quem ficou a ver navios na palestra da atual diretora de assuntos corporativos da Volkswagen, Júlia Nogueira, foi a assessora Adriana Lima. Ela desconhecia que, em inglês, o remédio Tylenol é pronunciado "tai-le-nol". Estranhou o termo e demorou a perceber a que se referia a palestrante:

— Foi um excesso que dificultou o entendimento — opina Adriana. Sem lembrar especificamente do episódio, Júlia pondera que há palavras que perdem parte do sentido quando saem do inglês. Mas, continua, usar o português deve ser sempre preocupação do profissional:

— Só que, no mundo globalizado, você pode falar até em cinco idiomas que todo mundo entende. E isso não é, de maneira alguma, ser pedante. De qualquer forma, para o diretor-executivo do Grupo Foco, Iolito Esteves, exagerar no uso de estrangeirismos não é adequado. É coisa de profissional que pensa que assim impressiona os ouvintes ou quer mostrar que tem profundos conhecimentos naquela área.

— O excesso de inglês não soa natural, parece forçado. É o caso de quem usa o termo *business unit*, no lugar de unidade de negócios, ou IT, em vez de tecnologia da informação. Se o termo já tem tradução, por que não usá-lo?

Arrogância, que nada, diz Carlos Mayrink, diretor da Sirius, empresa especializada em internet. Ele usa "o tempo todo" termos em inglês e acredita que este comportamento é uma consequência de seu próprio trabalho:

— Às vezes, tenho que traduzir uma coisinha ou outra. Quando falo "me dá um reply", as pessoas já entendem que quero um retorno. Isso é normal no meio porque todos os termos do setor saem do inglês e são incorporados pelos profissionais.

O professor de português Sérgio Nogueira, por sua vez, acrescenta que o profissional precisa evitar a linguagem de guetos. Ele não tem nada contra o emprego de palavras estrangeiras de uso consagrado — como *marketing* e *ranking* — até porque "a língua é um fenômeno que evolui naturalmente". Mas é contrário aos exageros:

— Há estrangeirismos inevitáveis, que não são problema. É o uso abusivo e sem critérios que cria atritos na comunicação.

