

# Os estrangeirismos linguísticos presentes no nome dos estabelecimentos comerciais de Viçosa-MG

## The linguistic foreignisms present in the name of commercial establishments in Viçosa-MG

### Pesquisa e Extensão na Educação Básica

Larissa Helloane da Silva<sup>1</sup>; Valdênia Carvalho e Almeida <sup>2</sup>

**Palavras-chave:** estrangeirismo; estabelecimentos comerciais; análise linguística

O presente estudo aborda o fenômeno linguístico do estrangeirismo, aqui definido como palavra estrangeira empregada no contexto de uma comunicação verbal de uma língua local, diferente do termo externo ao vernáculo. A situação investigada envolve a crescente presença de diversos idiomas diferentes da língua local nas placas do comércio central de Viçosa-MG, refletindo os processos de globalização e poder do mercado sobre a paisagem. A priori, houve a hipótese de tendências de homogeneização da paisagem linguística, o que influenciou o propósito da pesquisa de analisar como os comércios locais que contêm estrangeirismos podem, assim, se relacionar com o entendimento verbal por indivíduos que entram em contato com outra língua. Como principais objetivos, o estudo buscou listar os tipos de estabelecimentos que usam termos estrangeiros, identificar as línguas distribuídas no espaço público e urbano, classificar e verificar a distinção das placas em relação ao uso sintático e lexical. A metodologia aplicada incluiu a coleta de imagens de 40 placas comerciais que continham estrangeirismos, no centro e em bairros próximos na cidade. Posteriormente, o corpus imagético permitiu a separação quantitativa, por intermédio de gráficos, em aspectos como: idiomas encontrados e seus tipos de comércio; uso sintático e lexical dos termos estrangeiros; e linguagem monolíngue, bilíngue ou híbrida. Os resultados mostraram que, além do uso da língua inglesa em 82,5% das placas analisadas, a segunda maior ocorrência era de 7,5% com o italiano, evidenciando certa preferência pelo primeiro idioma. Houve a predominância de estrangeirismos lexicais nos setores comerciais de culinária, moda e tecnologia, como por exemplo, os estabelecimentos *La Coccinella*, *Angel Modas* e *Planet Mídias*. Dos 40 nomes coletados, apenas 9 apresentaram usos sintáticos, como *Mr. Pizza*, *John's Pizza* e *Chicken.In*. Além disso, ao contrário do que se esperava, o biliguismo não se fez presente em nenhum letreiro analisado, havendo uma quase paridade entre o monolinguismo e hibridismo das placas. O fenômeno estudado refletiu a homogeneização da paisagem, sinalizando não só a relação da migração e globalização do século XXI, como também um vínculo entre integração e domínio sociocultural e linguístico.

1. Colégio de Aplicação da UFV (COLUNI), orientanda, [larissa.silva10@ufv.br](mailto:larissa.silva10@ufv.br)
2. Colégio de Aplicação da UFV (COLUNI), orientadora, [valdenia@ufv.br](mailto:valdenia@ufv.br)

1. Colégio de Aplicação da UFV (COLUNI), orientanda, [larissa.silva10@ufv.br](mailto:larissa.silva10@ufv.br)
2. Colégio de Aplicação da UFV (COLUNI), orientadora, [valdenia@ufv.br](mailto:valdenia@ufv.br)