

**A MATERIALIZAÇÃO DE CRENÇAS LINGUÍSTICAS NA COMPOSIÇÃO DA PAISAGEM LINGUÍSTICA DE CARDÁPIO DE BAR: UM ESTUDO DE CASO****THE MATERIALIZATION OF LINGUISTIC BELIEFS IN THE COMPOSITION OF THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF BAR MENU: A CASE STUDY**Ingrid Cruz do Nascimento<sup>1</sup>

**RESUMO:** A pluralidade de línguas se faz cada vez mais presente na sociedade, especialmente devido à globalização, o que afeta não apenas as políticas linguísticas educacionais, mas a forma como os indivíduos interagem entre si por meio dessa diversidade linguística. Considerando tal realidade, este trabalho busca ampliar a discussão de Nascimento e Silva (2021) e tem como principal objetivo descrever como as crenças linguísticas de donos de bar se materializam no gênero textual cardápio. Para isso, fundamentamo-nos nos pressupostos teórico-metodológicos da Política Linguística, especificamente sobre crenças linguísticas (SPOLSKY, 2004; 2009; 2021). Em relação aos aspectos metodológicos, esta é uma pesquisa qualitativa (DENZIN; LINCOLN, 2006) de cunho interpretativista (LIN, 2015) e se configura como um estudo de caso (GIL, 2008), visto que analisamos e comparamos um cardápio de bar e um questionário escrito virtual, o qual foi respondido por uma das donas de um bar localizado na cidade de João Pessoa-PB. Por meio deste estudo foi possível constatar que o uso de línguas estrangeiras, com predomínio da língua inglesa, se faz presente na elaboração do cardápio, gênero textual influenciado pelo domínio público do bar, bem como pelo domínio da área da Gastronomia. As crenças linguísticas que estão por trás desse uso são três: língua estrangeira como forma de representação identitária de estabelecimentos comerciais, de acordo com o segmento; como forma de representação da diversidade cultural; e como forma de respeito à cultura de origem de um produto. Também foi possível verificar que a língua portuguesa foi utilizada como meio de identificar a própria origem das proprietárias e do estabelecimento, os quais são brasileiros. Tais dados comprovam tanto o grande impacto da globalização na pluralidade linguística, quanto o fato de que os usos linguísticos têm como principal intuito atender aos propósitos comunicativos dos falantes e dos grupos sociais nos quais estão inseridos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Política linguística. Crenças linguísticas. Cardápio. Línguas estrangeiras. Língua portuguesa.

**ABSTRACT:** The plurality of languages is increasingly present in society, especially due to globalization, which affects not only educational linguistic policies, but the way in which individuals interact with one another through this linguistic diversity. Considering such reality, this study aims to expand the discussion of Nascimento and Silva (2021) and its main objective is to describe how the linguistic beliefs of bar owners materialize in the menu textual genre. To accomplish this, we base ourselves on the theoretical-methodological assumptions of Language Policy, specifically on linguistic beliefs (SPOLSKY, 2004; 2009; 2021). In regard to the methodological aspects, this is a qualitative research (DENZIN; LINCOLN, 2006) with an interpretive nature (LIN, 2015) and is configured as a case study (GIL, 2008), since we analyzed and compared a bar menu and a virtual written questionnaire, which was answered by one of the owners of a bar located in the city of João Pessoa-PB. Through this study it was possible to verify that the use of foreign languages, with the predominance of English, is present in the creation of the menu, a textual genre influenced by the public domain of the bar, as well as by the domain of the area of Gastronomy. The linguistic beliefs behind this use are three: foreign language as a form of identity representation for commercial establishments, depending on the segment; as a way of representing cultural diversity; and as a form of respect for a product's culture of origin. It was also possible to verify that the Portuguese language was used as a means of identifying the origin of the owners and the establishment, which are Brazilian. Such data prove both the great impact of globalization on linguistic plurality, and the fact that linguistic uses have as their main intention to meet the communicative purposes of speakers and the social groups in which they are inserted.

**KEYWORDS:** Language policy. Linguistic beliefs. Menu. Foreign languages. Portuguese language.

<sup>1</sup> Doutoranda em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal da Paraíba (PROLING/UFPB) e professora de Língua e Literatura Brasileira na Secretaria da Educação Básica do Ceará (SEDUC-CE). E-mail: academicosemdepressao@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9448-2121>.

## 1 Considerações iniciais

Em um mundo globalizado, a pluralidade de línguas é algo que faz parte do cotidiano da sociedade, seja nos espaços formais de ensino (como as escolas e as universidades), seja em músicas tocadas aleatoriamente na rádio ou até mesmo em veículos de notícias (tanto televisivas quanto virtuais). A verdade é que o uso de línguas estrangeiras passou a compor a paisagem linguística (SHOHAMY, 2006) de diversos lugares públicos, inclusive com autorização governamental. Um exemplo evidente disso é que, em capitais e em cidades turísticas do Brasil (a exemplo de João Pessoa, Olinda, Natal, Fortaleza, dentre outras), as placas de sinalização instaladas pela prefeitura são escritas em língua portuguesa e em língua estrangeira (comumente o inglês), a fim de orientar a chegada dos turistas aos principais cartões-postais daquele município.

Considerando o contexto exposto acima, podemos nos questionar sobre o que motiva algumas prefeituras a escolherem utilizar apenas o inglês e não outra língua estrangeira para sinalizar os pontos turísticos. Tais escolhas linguísticas, independentemente de serem conscientes ou não, se tratam de Política Linguística (PL) e estão relacionadas ao contexto social e às crenças que os falantes possuem sobre a língua, suas variedades e seus usos (SPOLSKY, 2004; 2009; DIONÍSIO; SOUSA, 2022). Assim, as crenças linguísticas (SPOLSKY, 2004; 2009) são capazes de influenciar não apenas o comportamento linguístico dos falantes - as práticas (SPOLSKY, 2004; 2009), mas, também, de grupos de poder político, social, religioso, institucional e econômico (como, respectivamente, Ministérios, igrejas, escolas e universidades, comércios, entre outras), uma vez que, se a língua majoritariamente utilizada na tradução de nomes de pontos turísticos é a inglesa, há a possibilidade de, implicitamente, existir a crença sobre o inglês ser uma língua internacional/universal por meio da qual cidadãos de nacionalidades distintas conseguem interagir socialmente (Smith, 1976 *apud* Cruz, 2018).

Em vista da necessidade de compreender melhor como as crenças linguísticas se materializam em textos públicos escritos, este trabalho tem como intuito ampliar a pesquisa realizada por Nascimento e Silva (2021) acerca das crenças linguísticas presentes em cardápios de bares e se fundamenta nas discussões teóricas da PL, especificamente no que diz respeito às crenças, às práticas e à gestão (SPOLSKY, 2004; 2009). É importante explicitar que este trabalho se difere do de Nascimento e Silva (2021) em dois aspectos: 1) enquanto as autoras analisam dois cardápios de dois bares (*Old Pub* e *Saturna Bar*), neste estudo focalizamos apenas o primeiro, visto que o segundo estabelecimento fechou em 2021, no período da pandemia, e oficializou o encerramento, em 2023, por meio das redes sociais; 2) as proprietárias do *Old Pub* responderam a um questionário virtual, o qual está discriminado na seção 3, de modo que o *corpus* desta pesquisa é composto por um cardápio e um questionário.

Afora as justificativas expostas acima, há outras razões que explicam a importância deste trabalho: 1) por ser um gênero textual pouco estudado na área da Linguística<sup>2</sup> e, conseqüentemente, na área da PL, o gênero textual cardápio de bar pode auxiliar na compreensão de aspectos linguísticos de diversos grupos socioeconômicos, uma vez que esse gênero circula em todo e qualquer estabelecimento comercial do ramo alimentício; e 2) no que concerne à PL, a análise do referido gênero permite expandir os estudos da área, especialmente

---

<sup>2</sup> Em uma busca realizada no dia 09 de setembro de 2023, no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, a partir dos descritores “gênero textual cardápio”, “cardápio”, “cardápio de bar” e “cardápio de bares”, a maioria dos trabalhos encontrados são da área da Saúde (especialmente Nutrição). Não foram encontrados trabalhos da área da Linguística para os descritores pesquisados, o que comprova a necessidade de preencher essa lacuna.

aqueles voltados a entender como as crenças linguísticas dos falantes são evidenciadas em suas produções textuais escritas.

Em vista disso, trazemos a seguinte pergunta de pesquisa: como as crenças de donos de bar acerca das línguas se materializam na elaboração do cardápio do seu estabelecimento? Considerando esse questionamento, o objetivo geral é descrever como as crenças linguísticas de donos de bar se materializam no gênero textual cardápio. Este estudo se trata de uma pesquisa qualitativa de cunho interpretativista (LIN, 2015) e se configura como um estudo de caso (GIL, 2008), visto que analisamos e comparamos um cardápio de bar de um único estabelecimento e um questionário, o qual foi respondido de forma escrita e virtual por uma das donas do estabelecimento em foco.

Além desta introdução, este trabalho se organiza da seguinte forma: na seção 2 expomos a fundamentação teórica que embasa as explanações realizadas; em seguida, apresentamos a metodologia desta pesquisa; na seção 4 discutimos e analisamos os resultados; e, por fim, apresentamos as considerações finais.

## 2 Crenças, práticas, gestão e domínio: contribuições de Bernard Spolsky para o gênero textual cardápio de bar

Ao longo desta seção apresentamos e discutimos os conceitos de crenças, práticas, gestão e domínio (SPOLSKY, 2004; 2009; 2021), os quais fundamentam a análise deste trabalho, e explicamos a relação intrínseca que eles possuem. Tais conceitos são caros à compreensão de como o gênero textual cardápio de bar pode ser elaborado a partir das crenças que os donos de bar possuem acerca das línguas.

Antes de adentrarmos na discussão acerca das crenças linguísticas, é importante ressaltar que Spolsky (2009) muito contribuiu com os estudos em Política Linguística, especialmente pelo fato de o linguista ampliar a noção dos conceitos de PL desenvolvidos outrora. Para Spolsky (2009), a PL é formada por três componentes que se interrelacionam, mas que também podem ser considerados como independentes entre si: **práticas, crenças e gestão**. O primeiro diz respeito aos comportamentos linguísticos que os falantes possuem, ou seja, é aquilo que o falante pratica efetivamente e que a comunidade linguística consegue observar no meio social. Dito de outro modo, as práticas são a materialização linguística, oral ou escrita, que um falante ou um grupo social possui. Podemos mencionar o dialeto pajubá, utilizado pela comunidade LGBTQIAPN+<sup>3</sup> como forma de reafirmar e materializar, por meio da língua, a sua identidade enquanto sujeito pertencente a esse grupo social (MELO, 2016). Uma prova de que esse dialeto já se constitui como uma prática linguística, embora ainda seja alvo de preconceito, é que o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), em 2018, apresentou uma questão sobre esse tema (SILVA JÚNIOR, 2019).

Por conseguinte, com o intuito não incorrer em “explicações tautológicas que definem ideologias como crenças e vice-versa” (DIONÍSIO; SOUSA, 2022, p. 6), assumimos a definição de apresentada pelas autoras, que afirmam que

crenças são as avaliações dos usuários sobre as línguas, suas variedades e usos linguísticos. Provêm do conhecimento compartilhado dos membros de determinado domínio e subjazem ou impulsionam as práticas e o gerenciamento linguístico. São materializadas, de forma consciente ou

---

<sup>3</sup> Lésbicas, Gays, Bi, Trans, Queer/Questionando, Intersexo, Assexuais/Arromânticas/Agênero, Pan/Poli, Não-binárias e mais.

inconsciente, por diferentes agentes em forma de textos que podem ser escritos ou orais (DIONÍSIO; SOUSA, 2022, p. 5).

Assim, compreendemos que as crenças são responsáveis pela hierarquização do *status* das línguas, bem como das variedades linguísticas e dos usos linguísticos. Em vista disso, destacamos que essa hierarquização pode ocorrer por questões econômicas, políticas, sociais, dentre outras, de modo que o falante pode ter uma crença sobre determinada língua ou variedade, mas praticar outra motivado pelas questões mencionadas (SPOLSKY, 2004; 2009). Assim, entendemos que as crenças também estão associadas à avaliação que os falantes podem fazer sobre os usos linguísticos de si mesmos e de outrem, influenciando as práticas e por estas sendo influenciados (SPOLSKY, 2009).

O estudo de Dionísio e Sousa (2022, p. 1), por exemplo, analisou “as crenças sobre o português como língua internacional na perspectiva de participantes de um contexto de oferta de curso intensivo de português para candidatos ao Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G)”. As autoras constataram que diferentes crenças são atribuídas à língua portuguesa e isso está relacionado tanto ao papel que cada colaborador da pesquisa exerce na sociedade quanto ao nível econômico e político dos países que utilizam o português. Tais crenças são categorizadas em três esferas, as quais são apresentadas por níveis de valoração: “a língua portuguesa não é percebida como importante”; “a língua portuguesa está em processo de expansão e de aumento de importância”; e “a língua portuguesa já é muito importante” (DIONÍSIO; SOUSA, 2022, p. 17).

Por fim, Spolsky (2009) define a gestão como ações explícitas, ou seja, atitudes capazes de ser observadas, cujo intuito é a modificação das práticas e das crenças dos falantes sobre uma dada língua. Essas ações podem ser planejadas e realizadas “[...] por um indivíduo ou um grupo que tem ou reivindica autoridade sobre os falantes de um domínio [...]” (SPOLSKY, 2009, p. 3).<sup>4</sup> Um exemplo disso é quando, na sala de aula, um professor, independentemente de sua área de atuação, repreende um estudante pelo fato deste ter falado um palavrão, haja vista que o contexto escolar é um espaço formal que exige o uso formal da língua. Nesse cenário, o docente tem autoridade inerente ao seu cargo, pois ocupa a posição mais alta na hierarquia que representa a relação professor-aluno.

Se a Política Linguística se trata de escolhas individuais, porém influenciadas pelo contexto social e, conseqüentemente, coletivo (SPOLSKY, 2004; 2009), é evidente que elas podem ser motivadas pelas crenças que os falantes possuem acerca da língua, de suas variedades e de seus usos. O autor argumenta ainda que “[...] as escolhas linguísticas regulares feitas por um indivíduo são determinadas pela sua compreensão do que é apropriado ao domínio” (SPOLSKY, 2009, p. 3)<sup>5</sup>. Assim, o domínio diz respeito aos espaços sociais, os quais podem sofrer ou não influência externa de diversos domínios (SPOLSKY, 2009; NASCIMENTO; SILVA, 2021), como o político, o religioso, o escolar, o econômico, dentre outros (SPOLSKY, 2021), ou seja, as políticas linguísticas existentes em um dado domínio podem influenciar as políticas linguísticas de outro. Além disso, o domínio é formado por três componentes: participantes (falantes que exercem determinado papel social, que estão inseridos em um dado contexto social e que interagem entre si), localização (espaço físico e social onde o domínio se insere, como as repartições públicas, as igrejas, as escolas, os bancos etc.) e tópico (aquilo que

<sup>4</sup> No original: “The third component of policy is language management, the explicit and observable effort by someone or some group that has or claims authority over the participants in the domain to modify their practices or beliefs” (Spolsky, 2009, p. 3). Todas as traduções são de responsabilidade da autora.

<sup>5</sup> No original: “the regular language choices made by an individual are determined by his or her understanding of what is appropriate to the domain” (Spolsky, 2009, p. 3).

pode ser ou não tematizado em um determinado contexto, além de estar relacionado ao propósito comunicativo dos falantes que participam desse contexto) (SPOLSKY, 2009; NASCIMENTO; SILVA, 2021).

Assim, compreendemos que um bar<sup>6</sup> possui todos os componentes que o configuram como um domínio: os participantes são os clientes e as pessoas que ali trabalham; a localização diz respeito ao espaço social onde os participantes se encontram para beber, comer, comemorar algo, encontrar os amigos, conhecer novas pessoas etc.; e o tópico, o qual, a nosso ver, é bastante democrático no que diz respeito ao que pode ou não ser tematizado entre os grupos de participantes que ali interagem. Para um melhor entendimento, exemplificamos com a seguinte situação: um grupo de amigos em uma mesa de bar pode discutir religião, mas é pouco provável que uma missa seja celebrada em um local como esse, haja vista a incongruência do espaço social com o objetivo de uma celebração religiosa.

Outro aspecto importante a ser mencionado é que, de acordo com o autor supracitado, o domínio é capaz de influenciar a criação, a modificação ou a finalização de uma paisagem linguística,

visto que os participantes podem optar pelo gerenciamento de escolha e de uso de um idioma naquele contexto. Desse modo, o gênero textual cardápio de bar não apenas compõe a paisagem linguística de um lugar, mas também é criado de acordo com as necessidades de seus usuários para circular no domínio público (NASCIMENTO; SILVA, 2021, p. 772).

Tendo em vista o exposto, fica evidente que donos de bar podem realizar escolhas linguísticas específicas a fim de elaborar o cardápio que circula em seu estabelecimento comercial. Essas escolhas, as quais se constituem como práticas, podem ser motivadas pelas crenças linguísticas acerca do que é mais adequado ou não para aquele domínio.

Expomos, a seguir, a metodologia desta pesquisa.

### 3 Aspectos metodológicos

Nesta seção, apresentamos os aspectos metodológicos que caracterizam este trabalho e que nos levaram a atingir o objetivo proposto inicialmente – descrever como as crenças linguísticas de donos de bar se materializam no gênero textual cardápio –, além de descrevermos o *corpus* analisado.

No que concerne ao tipo de pesquisa, trata-se de uma pesquisa qualitativa (DENZIN; LINCOLN, 2006) de cunho interpretativista (LIN, 2005). Além disso, este trabalho também se configura como um estudo de caso, uma vez que ele, de acordo com Gil (2008, p. 57), é um “[...] estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado”.

Assim sendo, considerando que o *corpus* desta pesquisa é composto por apenas i) um cardápio de um único estabelecimento e por ii) um questionário respondido pela direção desse mesmo estabelecimento<sup>7</sup>, podemos nos aprofundar na análise do *corpus* e, desse modo, apresentar resultados mais robustos e contribuições para estudos que se dediquem a compreender paisagem e crenças linguísticas, bem como o gênero textual cardápio de bar.

<sup>6</sup> Utilizaremos como sinônimos as seguintes expressões: bar, estabelecimento e estabelecimento comercial.

<sup>7</sup> Chamaremos de Rita Lee a proprietária do estabelecimento, pseudônimo escolhido por esta como forma de preservar a identidade da dona do bar.

Acerca do cardápio analisado, ele foi coletado em 2021, na página do *Instagram* do bar (@oldpubjp), por meio da função *print screen* do computador. Já sobre a elaboração do questionário, criamos 11 perguntas abertas, além de 4 itens que precisavam ser preenchidos com informações necessárias à caracterização do bar. Elas foram organizadas em dois blocos temáticos, os quais expomos adiante:

**Quadro 1** – Organização das questões do instrumento de coleta de acordo com bloco temático

Questões	Objetivo
1 a 7	Perguntas voltadas a compreender a formação acadêmica da proprietária, de modo a investigar se essa formação influencia na elaboração do cardápio.
8 a 11	Perguntas voltadas a compreender quais as motivações que influenciaram as escolhas linguísticas utilizadas no cardápio do bar.

Fonte: autoria própria, 2023.

O referido questionário foi enviado em formato *Word* para o *e-mail* de uma das proprietárias do *Old Pub*. Conforme mencionado anteriormente, não enviamos o questionário para as proprietárias do Saturna Bar pelo fato de o estabelecimento ter fechado na época da pandemia, em 2020, e não reabrir mais.

O *Old Pub* está situado em Manaíra, bairro nobre da cidade de João Pessoa – PB, funciona há 7 anos e, de acordo com uma das sócias, tem como público-alvo “consumidores da diversidade cultural”. A especialidade do estabelecimento é A e B (Alimentos e Bebidas), de modo que o cardápio contém a exposição e a descrição de pratos e bebidas que são vendidos no local. Destacamos, ainda, que tanto o nome do bar quanto o cardápio foram elaborados pelas donas do estabelecimento, o que nos permite analisar, de forma mais fidedigna, quais crenças estão imbricadas nessas nomenclaturas.

Apresentamos, a seguir, a análise e a discussão dos resultados.

#### 4 Crenças linguísticas em cardápios de bares: o discurso dos donos dos estabelecimentos

Nesta seção, nos propomos a discutir e a analisar, por meio das contribuições teóricas sobre crenças, práticas, gestão e domínio (SPOLSKY, 2004; 2009; 2021), os dados deste estudo de caso. Tais contribuições são necessárias para atendermos ao nosso intuito: descrever como as crenças linguísticas de donos de bar se materializam no gênero textual cardápio.

Conforme mencionado na seção 3, um cardápio e um questionário compõem o *corpus* deste trabalho, os quais são comparados entre si. Acerca do cardápio do *Old Pub*, apresentamos dois quadros descritivos. O quadro 1, disposto a seguir, apresenta as línguas utilizadas na criação do referido gênero textual.

**Quadro 2** – Línguas presentes no cardápio do *Old Pub*

Línguas presentes no cardápio	Nome do estabelecimento	Nome das bebidas	Nome das comidas	Descrição das bebidas	Descrição das comidas	Tradução das comidas
Brasileiro Inglês Espanhol (neologismo) Italiano	Inglês	Brasileiro Inglês Espanhol	Brasileiro Inglês Italiano	Brasileiro Inglês	Brasileiro Inglês Francês	Inglês

Fonte: Adaptado de Nascimento e Silva (2021, p. 778).

Conforme podemos observar, as línguas mais recorrentes são o inglês (com 6 propósitos), o português (com 4 propósitos), seguidas do espanhol, italiano e francês (com 1 propósito cada). No caso da língua inglesa, ela foi utilizada com o intuito de nomear o estabelecimento comercial, bem como para intitular e descrever as bebidas e as comidas vendidas no bar, além de traduzir um prato do cardápio. O português, por seu turno, serviu para nomear e descrever as bebidas e as comidas. Já o espanhol e o italiano foram empregados para intitular, respectivamente, tanto as bebidas quanto as comidas. Por fim, o francês foi usado apenas na descrição de uma comida.

Acerca do inglês, retomamos a questão da tradução: um dos pratos, o *Old Burger*, tem a sua descrição integral traduzida para essa língua (ver figura 1). Isso se explica pelo fato deste ser o prato principal do *Old Pub*, tanto é que o seu nome se assemelha ao nome do estabelecimento, de modo a funcionar como algo que reafirma a identidade do bar.

**Figura 1** - Apresentação do prato *Old Burger*



**Fonte:** autoria própria, 2021.

Uma outra justificativa para essa tradução é que, pelo fato de o *Old Pub* ser um estabelecimento que remete à ideia de *public house* (ou apenas *pub*), ou seja, bares de influência britânica (NASCIMENTO; SILVA, 2021), é natural que muitas palavras em língua inglesa façam parte da elaboração do domínio do bar focalizado neste estudo, o que inclui o cardápio utilizado no local (SPOLSKY, 2009).

Já o quadro 3 tem como foco ilustrar, de forma resumida, como o cardápio do bar está organizado. Esse gênero é composto por 13 seções, todas com o nome da marca, *Old Pub*, na parte superior da página, além de elementos não verbais, como a marca do bar e as fotografias de alguns pratos e de algumas bebidas que são comercializados no local.

**Quadro 3** - Descrição das seções do cardápio

Seção	Língua utilizada para nomear a seção	Descrição da seção
1 Cardápio	Português	Destinada à apresentação de comidas.

<b>2 Coktails</b>	Inglês	Destinada à apresentação de bebidas cuja composição é, pelo menos, uma dose de uma bebida alcoólica, além de ingredientes não alcoólicos, como fruta, suco de fruta, xarope, refrigerante, sal, açúcar, entre outros.
<b>3 Caipis</b>	Português (abreviação)	Destinada à apresentação de bebidas feitas a partir da mistura de uma bebida alcoólica (cachaça, vodka ou sakê) e ingredientes não alcoólicos (fruta, açúcar e gelo).
<b>4 Baldes</b>	Português	Destinada à apresentação de bebidas feitas com uma bebida destilada (rum, cachaça, vodka ou gin) e uma bebida não alcoólica. Os baldes diferenciam-se das demais bebidas por serem maiores.
<b>5 Gin</b>	Inglês	Destinada à apresentação de bebidas feitas por meio da mistura de gin e de outros ingredientes não alcoólicos, como água tônica e frutas.
<b>6 Tequila</b>	Espanhol	Destinada à apresentação de doses de tequila e de bebidas feitas com tequila.
<b>7 Shot Drinks</b>	Inglês	Destinada à apresentação de bebidas feitas a partir da mistura de doses de pelo menos duas bebidas alcoólicas.
<b>8 Whisky/Whiskey</b>	Inglês	Destinada à apresentação de doses de uísque.
<b>9 Shots</b>	Inglês	Destinada à apresentação de doses de bebidas alcoólicas de diversos tipos.
<b>10 Beers</b>	Inglês	Destinada à apresentação de cervejas de marcas variadas.
<b>11 Seção sem nome</b>	-	Destinada à apresentação de bebidas mistas prontas e de cerveja preta.
<b>12 No Alcohol</b>	Inglês	Destinada à apresentação de bebidas sem álcool (como água, suco, refrigerante, entre outras)
<b>13 Jagerbomb</b>	Inglês	Destinada à apresentação de bebida feita a partir da mistura de um energético com uma dose de um licor de uma marca específica.

**Fonte:** autoria própria, 2023.

A partir do quadro 3, podemos verificar que o gênero textual cardápio possui tipologia predominantemente expositiva e descritiva, com linguagem simples e objetiva, e tem como principal intenção a venda de produtos do gênero alimentício. O referido gênero normalmente é organizado com nome, descrição e preço do produto (COSTA, 2008 *apud* STRIQUER *et al.*, 2018), organização esta presente no cardápio analisado neste trabalho.

Das 13 seções existentes, uma delas não possui título, uma foi escrita em espanhol (tequila) e três estão escritas em português: cardápio, caipis e baldes. Todas as outras seções foram escritas em língua inglesa. Algumas palavras utilizadas fazem referência à imagem, à origem e/ou à história do produto oferecido. A seção do cardápio intitulada de “*Shot Drinks*” ilustra essa afirmação.



**Figura 2** - Seção “Shots Drinks”

SHOTS DRINKS OLD PUB	
<b>OLD FIRE</b> ..... R\$10 Vodka e Curaçau Blue ou Red	<b>MORANGUITO</b> ..... R\$13 Absinto, Tequila e groselha
<b>CRAZY</b> ..... R\$13 Vodka, Absinto e Curaçau Blue	<b>MEXICAN FLAG</b> ..... R\$13 Licor de Menta, Licor de creme Irlandês e groselha
<b>KAMIKAZE</b> ..... R\$10 Vodka, Triple Sec e suco de limão	<b>BMW</b> ..... R\$13 Licor de Creme Irlandês, Malibu e Whisky
<b>AFRICAN MINT</b> ..... R\$10 Amarula e Licor de Menta	<b>ALIEN BRAIN HEMORRAHGE</b> ..... R\$13 Licor de Pêssego, Licor de creme Irlandês, Curaçau Blue e groselha
<b>B -52 FLAME</b> ..... R\$13 Absinto, Licor de creme Irlandês e Licor de café	
<b>BAGGER CREAM</b> ..... R\$13 Jagermeister e Licor de Creme Irlandês	

Fonte: autoria própria, 2023.

Conforme podemos constatar na figura 2, a maior parte das bebidas (90%) estão nomeadas com palavras em inglês. Entretanto, cabe direcionar nosso foco para três delas: *Old Fire*, a qual não há tradução específica, mas é formada pela junção da palavra *old* a outra palavra (*fire*), assim como o prato *Old Burger*. Essa é uma forma não apenas de remeter à identidade do bar (*Old Pub*), mas, também, de fazer o cliente pensar na imagem do fogo, representada pela bebida *Curaçau Red*. A segunda bebida, por sua vez, é a “African mint” (Menta africana), que faz referência à Amarula, bebida cuja origem é a África do Sul. Por fim, conforme ilustra a imagem, “*Alien brain hemorrhage*” (traduzida como “hemorragia cerebral alienígena”) é a junção de quatro bebidas que, quando misturadas, imagetivamente se assemelha a uma hemorragia (representada pela groselha, que é vermelha) e a cores tidas pelo senso comum como sendo do mundo alienígena (representadas, respectivamente, pelo *Curaçau blue* – o azul – e pela mistura do licor de creme irlandês com as outras bebidas – o verde).

Quando interpelada sobre como surgiu a ideia do nome do estabelecimento, Rita Lee respondeu que essa ideia “*Surgiu da identidade em comum das sócias*” e da “*memória afetiva que traz um resgate de culturas e objetos que compõem a atmosfera do estabelecimento*”. O nome *Old Pub* tem o intuito de resgatar, então, a memória afetiva de locais que apresentam uma diversidade cultural, visando a identificação do cliente com o estabelecimento. É importante observar que a língua que teoricamente parece conseguir abarcar essa diversidade é justamente o inglês, língua global (CRUZ, 2018) utilizada não apenas no nome do estabelecimento, mas, também, ao longo do cardápio.

Ao ser questionada sobre o critério utilizado para criar o nome dos pratos e das bebidas, a dona do bar informou que “*O critério foi baseado em estudos e pesquisas. Criamos uma marca com muitas influências de culturas de fora do nosso país, e para identificar a nossa identidade nomeamos o cardápio com algumas fusões do que é nosso, recebendo as influências externas*”. A partir do exposto, podemos compreender que as proprietárias utilizaram como critério o conhecimento técnico, “baseado em estudos e pesquisas” da área de Gastronomia, esfera laboral que possui uma intrínseca relação com o conhecimento da diversidade cultural mundial (Gonçalves, 2017; Nascimento e Silva, 2021), o que justifica a necessidade de utilização de estrangeirismos. Esse dado coaduna com a hipótese de Nascimento e Silva (2021, p. 774) “por representar um conjunto de práticas do meio gastronômico, ou seja,

o domínio dessa área (SPOLSKY, 2009)”, de modo que o cardápio de bar pode ser responsável pela propagação de crenças sobre as línguas (NASCIMENTO; SILVA, 2021).

Outrossim, cabe comentar os trechos em destaque. A palavra “influências” parece desvelar que, para elaborar os nomes das comidas e das bebidas vendidas no bar, as proprietárias fizeram um uso consciente entre o que é da cultura brasileira e o que é não é. Esse termo também ratifica o fato de que a diversidade linguística é algo presente em nossa sociedade sem, no entanto, apagar a cultura do nosso país, uma vez que alguns itens lexicais do cardápio foram elaborados a partir de “fusões”, ou seja, de neologismos – como “moranguito<sup>8</sup>” e “sakerinha<sup>9</sup>”.

Também é importante observar que, no discurso de Rita Lee, parece não haver uma valoração de uma cultura/língua ou outra, visto que nenhuma cultura ou língua específica é mencionada. Todavia, conforme pode ser verificado nos quadros 2 e 3, a língua inglesa está presente na maior parte do cardápio. Por ser uma prática, ou seja, um comportamento linguístico capaz de ser observado (SPOLSKY, 2009) nesse gênero, o inglês parece ter uma maior valoração em detrimento das demais línguas estrangeiras justamente para se associar à proposta do estabelecimento. Além disso, a comparação do discurso de Rita com o cardápio comprova o que Spolsky (2009, p. 4) afirma: “crenças não são práticas”<sup>10</sup>.

A participante também foi interrogada sobre se havia algo que o estabelecimento queria ressaltar a partir da(s) língua(s) utilizada(s) para nomear e descrever os pratos e as bebidas, cuja resposta foi a seguinte: “*Como se trata de uma marca com fortes expressões em culturas estrangeiras, mantivemos clássicos da coquetelaria mundial, exigindo assim a presença de outra língua para respeitar a cultura trabalhada*”. A partir do exposto, chamamos atenção, inicialmente, para o verbo “exigir”, o qual denota a ideia de obrigatoriedade. Essa exigência está relacionada ao compromisso que o estabelecimento tem em “respeitar” a cultura que originou as bebidas, especialmente aquelas conhecidas em nível mundial. Assim, a língua é uma forma de respeitar essa cultura e trazer a identidade desta para o bar, visto que nem sempre as traduções conseguem passar a ideia desejada.

Contudo, vale destacar também que Rita Lee expressa que “outra língua”, no singular, foi necessária, língua esta que, a nosso ver, é, mais uma vez, o inglês. Na seção “*Cocktails*”, por exemplo, exposta na figura 3, vemos novamente o inglês ocupando um largo espaço, o que nos leva a inferir que os clássicos da coquetelaria que Rita menciona são provenientes de países cuja língua é a inglesa - o que, novamente, é utilizado para reafirmar a identidade do bar.

### Figura 3 - Seção “*Cocktails*”

<sup>8</sup> “Moranguito” é uma palavra formada pela junção da palavra “morango” e pelo sufixo “ito” que, em espanhol, denota diminutivo – a exemplo de libro – librito (livro – livrinho).

<sup>9</sup> O item lexical “sakerinha” é formado pelo vocábulo “sakê”, uma bebida alcoólica tradicional do Japão, e por “rinha”, proveniente da palavra “caipirinha”.

<sup>10</sup> No original: “Of course, beliefs are not practice [...]” (Spolsky, 2009, p. 4).

COCKTAILS		OLDBOY	
SCREWDRIVER..... R\$13 Vodka e suco de laranja	LAGOA AZUL..... R\$18 Vodka, Curaçau blue, suco de limão, soda limonada e açúcar	HEAVEN TO HELL..... R\$27 Vodka, Tequila, Absinto, suco de limão e açúcar	MARGARITA..... R\$20 Tequila, Triple Sec, suco de limão e sal
GIBSON..... R\$18 Vodka, Gin e Dry Vermouth	BLUE MARGARITA..... R\$23 Tequila, Curaçau blue, Triple Sec, suco de limão e sal	DRY MARTINI..... R\$13 Gin e Vermouth	JAGER RITA..... R\$28 Jagermeister, Tequila, Triple Sec e suco de limão
APPLE MARTINI..... R\$17 Vodka, Licor de maçã verde e Triple Sec	JAGER BOMB..... R\$25 Red Bull e Jagermeister	LONG ISLAND ICE TEA.... R\$20 Vodka, Tequila, Rum, Cointreau, Gin, Suco de limão, Coca-cola e açúcar	VIEIRA..... R\$13 Vodka, Catuaba, limão e açúcar
SEXY ON THE BEACH..... R\$18 Vodka, Licor de pêssego, suco de laranja e xarope de groselha	TEQUILA SUNRISE..... R\$18 Tequila, Suco de laranja e xarope de groselha	SUNSHINE..... R\$18 Vodka, Bacardi Big Apple, suco de abacaxi e açúcar	RICKEY..... R\$17 Whisky, suco de limão, água com gás e açúcar
NEVADA..... R\$15 Vodka, fruta à escolha e leite condensado	MOJITO..... R\$13 Rum, suco de limão, hortelã e água com gás		

Fonte: autoria própria, 2021.

Ao ser interpelada sobre quais razões motivaram a utilização de línguas estrangeiras na elaboração do cardápio do bar, foi respondido que “*A ideia*” é “*introduzir a diversidade cultural, considerando que a identidade da marca faz essa fusão desde a atmosfera física, trazendo para o nosso universo local, até os conceitos de identidades que agregam ao segmento trabalhado*”. Diante disso, é possível entender que a utilização de línguas estrangeiras é uma forma de materializar, além dos elementos que compõem o ambiente físico, a influência de outras culturas presentes no estabelecimento (como a britânica, a italiana, a espanhola, entre outras). Isso se alinha à proposta inicial do bar em atender “consumidores da diversidade cultural”, exposta na seção 3, embora o inglês seja a língua mais utilizada na composição do gênero textual em foco.

Por conseguinte, ao ser interrogada acerca das razões que ela teve para abrigar a escrita de línguas estrangeiras na elaboração do cardápio do bar, a colaboradora afirmou que “*A ideia sempre foi unir culturas, aplicar influências de fora ao que [...] de fato é nosso. [...] Abrasileirar determinados contextos dentro da proposta é identificar a nossa origem*”. Tendo isso em vista, é importante destacar que, embora as proprietárias façam uso de diversas línguas estrangeiras, com o uso do inglês em grande escala, o português também é reconhecido como importante, uma vez que as palavras “abrigadas”, embora sejam minoria (a exemplo dos neologismos mencionados anteriormente) por se adequar à “proposta” do comércio, são necessárias para “*identificar a [...] origem*” brasileira das donas do bar e do estabelecimento em si – ratificado pelo uso do pronome possessivo “nossa” e “nosso”.

A participante também foi questionada sobre se os itens do cardápio que estão escritos em língua estrangeira ajudam os clientes a compreenderem melhor o produto que é oferecido, a qual disse que as línguas estrangeiras “*Ajudam a identificar a proposta de todo contexto que está sendo oferecido e consumido. [...]*”. Mais do que compreender o produto, as línguas estrangeiras auxiliam na identificação da proposta do estabelecimento, ou seja, de fazer com que possíveis clientes,

ao lerem o nome do estabelecimento e/ou o cardápio, consigam compreender com o que se depararão no local, caso eles decidam frequentá-lo corriqueiramente ou apenas momentaneamente. Desse modo, a língua carrega consigo a possibilidade de fazer com que as pessoas se identifiquem ou não com um lugar e, conseqüentemente, desenvolvam uma relação afetiva com o espaço.

Ao longo deste trabalho, ficou evidente que a língua estrangeira foi utilizada com três principais finalidades: 1) identificar a proposta de um estabelecimento comercial; 2) representar a diversidade cultural; 3) respeitar a cultura de origem de um produto vendido. Pudemos constatar ainda que o português foi valorizado não apenas no discurso de Rita Lee, mas, também, na materialidade linguística do cardápio, uma vez que neologismos foram criados a fim de nomear algumas bebidas vendidas no local, além dessa língua ser a responsável por identificar a origem das proprietárias.

Assim, em vista do exposto, descrevemos quatro crenças presentes no cardápio do *Old Pub*, das quais três correspondem às línguas estrangeiras e uma à língua portuguesa. São elas, respectivamente: língua estrangeira como forma de representação identitária de estabelecimentos comerciais, a depender do segmento; como forma de representação da diversidade de uma cultura; e como forma de respeito à cultura de origem de um produto; e língua portuguesa como identificação da própria origem das proprietárias.

Finalizadas as discussões dos resultados, apresentamos, na próxima seção, as considerações finais deste trabalho.

## 5 Considerações finais

Considerando o objetivo inicial deste trabalho – descrever como as crenças linguísticas de donos de bar se materializam no gênero textual cardápio –, elencamos um cardápio de um bar de João Pessoa e um questionário virtual respondido por uma das proprietárias desse estabelecimento comercial. Para isso, fundamentamo-nos nos pressupostos teóricos acerca de crenças, práticas, gestão e domínio (SPOLSKY, 2004; 2009; 2021) a fim de desenvolver este estudo de caso. Ressaltamos que tais conceitos, embora sejam independentes entre si, estão intimamente relacionados e exercem influência uns nos outros.

Além de confirmarmos os achados de Nascimento e Silva (2021), ao longo deste trabalho também pudemos constatar que línguas estrangeiras foram utilizadas com três finalidades específicas: 1) identificar a proposta de um estabelecimento comercial; 2) representar a diversidade cultural; 3) respeitar a cultura de origem de um produto vendido. Assim, as crenças que subjazem tais finalidades são: língua estrangeira como forma de representação identitária de estabelecimentos comerciais, a depender do segmento; como forma de representação da diversidade de uma cultura; e como forma de respeito à cultura de origem de um produto.

É importante destacar que o uso de diversas línguas estrangeiras (espanhol, francês, italiano e inglês) foi influenciado pelo domínio público do bar, bem como pelo domínio da área da Gastronomia. Isso evidencia não apenas o impacto da globalização na pluralidade linguística, mas, também, que os usos linguísticos são diversos e atendem aos propósitos comunicativos dos falantes e dos grupos sociais nos quais estão inseridos.

Foi possível, ainda, verificar a valorização da língua portuguesa, visto que há a presença de neologismos para nomear algumas bebidas vendidas no local, além dessa língua ser a responsável por identificar a origem das proprietárias. Desse modo, a crença acerca do português é que ele é capaz de identificar a origem tanto das proprietárias quanto do

estabelecimento em si, pois, embora este sofra diversas influências externas, ele se situa no contexto do domínio público do Brasil.

Por fim, expomos algumas indagações para pesquisas futuras. Quais as crenças dos clientes do *Old Pub* acerca do cardápio do estabelecimento? É possível que a aceitação do cardápio do *Old Pub* por pessoas que frequentem outros tipos de bares (que toquem forró, sertanejo ou samba, por exemplo) seja a mesma que a dos clientes do referido estabelecimento? Bares situados em outros bairros de João Pessoa possuem o inglês como língua predominante em seu cardápio? Cardápios de outros bares, ou até mesmo de restaurantes (regionais, italianos, chineses, japoneses, etc.), possuem a mesma diversidade de línguas estrangeiras em sua composição? Tais questionamentos reafirmam as diversas possibilidades que existem para ampliar a discussão sobre o gênero textual cardápio de bar, bem como ilustra como o campo de estudos em PL pode contribuir para a compreensão acerca de como as crenças linguísticas dos falantes se materializam em seus usos linguísticos.

## Referências

- CRUZ, G. F. da. Inglês como língua global: reflexões sobre o ensino/aprendizagem. **Fólio - Revista de Letras**, Vitória da Conquista, v. 8, n. 1, p.315-331, 2018. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/folio/article/view/2866>. Acesso em: 13 set. 2023.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. *In*: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Org.). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.
- DIONÍSIO, C. I. B.; SOUSA, S. C. T. de. Português é uma língua internacional? Crenças de agentes envolvidos com o Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G). **Letrônica**, Porto Alegre, v. 15, n. 1, p. 1-20, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1984-4301.2022.1.41225>. Acesso em: 11 set. 2023.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 04 out. 2022.
- GONÇALVES, B. C. **Estrangeirismo e gastronomia: uma análise nos cardápios em shoppings de Brasília**. 2017. 34 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas) — Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/18709>. Acesso em: 20 out. 2020.
- LIN, A. M. Y. Researcher positionality. *In*: HULT, F. M.; JOHNSON, D. C. (org.). **Research methods in language policy and planning: a practical guide**. UK: Wiley Blackwell, 2015. p. 21-32.
- MELO, R. M. dos S. **A língua da nação: o dialeto Pajubá como forma de diversidade linguística**. 2016. 41f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras - com habilitação em Língua portuguesa) - Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2016. Disponível em: <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/handle/123456789/16150>. Acesso em: 10 ago. 2023.
- NASCIMENTO, I. C. do; SILVA, S. D. da M. Crenças linguísticas em cardápios de bares: um olhar a partir da Política Linguística. ZACCHI, V. J. *et al.* **Anais do I Congresso Nordestino de Linguística Aplicada (I CONELA): panorama dos estudos teóricos e práticos em linguística aplicada**. Aracaju: Ed. dos Autores, 2021. p. 769-783. ISBN 978-65-00-20880-1. Disponível em: [https://drive.google.com/file/d/1YRg5GxH9Tkb6\\_Web0Hp15HvDRBkrhivc/view](https://drive.google.com/file/d/1YRg5GxH9Tkb6_Web0Hp15HvDRBkrhivc/view). Acesso em: 20 ago. 2023.

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

SILVA JÚNIOR, A. G. da. **Gongando a norma e aquendendo o pajubá: conexões teóricas entre língua e identidade a partir do dialeto LGBT**. 2019. 28 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras - com habilitação em Letras Português-Espanhol) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2019. Disponível em: [https://repository.ufrpe.br/bitstream/123456789/4169/1/tcc\\_art\\_ailtongomesdasilvajunior.pdf](https://repository.ufrpe.br/bitstream/123456789/4169/1/tcc_art_ailtongomesdasilvajunior.pdf). Acesso em: 10 ago. 2023.

SPOLSKY, B. **Language policy: key topics in Sociolinguistics**. Cambridge: Cambridge, 2004.

SPOLSKY, B. **Language Management**. Cambridge University Press: Cambridge, 2009.

SPOLSKY, B. **Rethinking Language Policy**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2021.

STRIQUER, M. S. D. *et al.* Cardápio: uma análise das características que formam o gênero discursivo/textual. **Interfacis**, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, p. 35-50, 2018.

Submetido: 20/09/23

Aceito: 03/10/23