

USOS DE TERMOS DO RAMO CERVEJEIRO NA MÍDIA ESCRITA

Márcia Sipavicius Seide
(Universidade Estadual do Oeste do Paraná)

RESUMO

Este artigo apresenta uma análise lexicológica que leva em consideração aspectos sociodiscursivos da utilização de termos do ramo cervejeiro na linguagem midiática. Mostra-se, primeiro, que sua utilização em textos de divulgação científica promove migração lexical da linguagem especializada para a linguagem geral. Em seguida, investiga-se se o item lexical *porter* é apenas um termo ou está se vocabularizando na língua inglesa, observando-se usos do termo na linguagem cotidiana e em *sites* especializados. Por fim, estuda-se a utilização de designações de cerveja na tradução do texto de divulgação científica e num texto jornalístico escrito em língua portuguesa com propósito publicitário. A circulação dos termos do ramo cervejeiro nos textos pesquisados indica que sua utilização na mídia faz parte de um movimento social mais amplo de divulgação e *marketing* dos produtos cervejeiros.

PALAVRAS-CHAVE: Ciências do léxico; migração lexical; termos cervejeiros; mídia escrita.

1. Introdução

A pesquisa divulgada neste artigo tem por propósito estudar a circulação de termos do ramo cervejeiro tendo por pressuposto que a dinâmica lexical pode ser melhor estudada quando se consideram as características do gênero discursivo em que os itens lexicais enfocados

são utilizados, o contexto sociointerativo desta utilização, bem como as intenções do enunciador. Essa pesquisa faz parte de um projeto maior cujo escopo é a investigação da escolha lexical feita em função dos gêneros textuais em contextos terminológicos e em contextos não terminológicos¹ e suas funções argumentativas e retóricas, com ênfase no estudo dos gêneros de divulgação das ciências. O objetivo geral do projeto vai ao encontro das propostas de Valente (2010, p.64) quando este afirma que:

Os estudos lexicológicos ignoraram, durante certo tempo, os aspectos discursivos da linguagem. De outra parte, os trabalhos sobre discurso nem sempre deram a devida atenção à seleção lexical. Atualmente, tem-se valorizado a integração de lexicologia e discurso na leitura e na produção de textos vários (...) Destes, merecem especial atenção aqueles produzidos pela mídia.

Em pesquisas anteriores (SEIDE, 2010a; 2010b), feitas com o objetivo de observar a migração lexical resultante da divulgação científica promovida pela mídia impressa, foi constatado que os textos deste gênero textual (doravante DC), estejam ou não vinculados a um artigo científico (doravante AC) cujo teor o texto jornalístico pretende difundir, são portos de passagem da linguagem especializada para a linguagem geral. Do ponto de vista lexicológico, os meios de comunicação em massa fazem ingressar, na linguagem geral, alguns dos termos das linguagens especializadas, migração que resulta na criação de neologismos. Foi constatado que a maioria dos termos que se banalizam provém de textos jornalísticos cujo objetivo é promover a divulgação das ciências. No caso de línguas não hegemônicas, não se pode desconsiderar o fato de boa parte dos textos de divulgação científica publicados ser tradução de textos originalmente escritos em língua inglesa. (SEIDE, 2010a). Para se ter uma idéia da utilização de textos traduzidos como estratégia de promoção da divulgação científica no Brasil, num *corpus* formado pelos textos de DC publicados durante 6 meses por *O Estado de São Paulo* e *Folha de São Paulo* (de julho a dezembro de 2010)², 64% do material é proveniente de agência de notícias internacionais, sendo que 6,34% têm, por fonte, a revista inglesa *New Scientist*, onde foi originalmente publicado o exemplar de DC analisado neste artigo. Haja vista a quantidade significativa de matérias traduzidas, também foram feitas algumas considerações sobre a tradução do texto para a língua portuguesa, em matéria publicada na *Folha de São Paulo*.

Motivou esta pesquisa um questionamento surgido após o estudo da migração lexical de termos do ramo cervejeiro promovida pelo texto de DC (SEIDE, 2010b) originalmente escrito em língua inglesa, posteriormente traduzido e publicado na *Folha de São Paulo*. A análise dos itens lexicais de linguagem especializada utilizados nos textos de DC em língua inglesa mostrou que a maioria dos termos presentes nos ACs correlatos (BAMFORTH; CASEY, 2010; POWEL, 2004) também se fizeram presentes no texto de DC, com exceção do termo *porter*. No texto publicado no Brasil os termos foram traduzidos, mantidos ou adaptados, porém, sem que houvesse qualquer explicação adicional sobre os estilos de cerveja mencionados.

Para se saber qual era o estatuto do termo *porter* na língua inglesa, único termo não dicionarizado, foi necessário investigar seu uso em outras situações discursivas, investigação cujos resultados são apresentados neste artigo que está organizado em três seções. Na primeira, explicitam-se, ainda que brevemente, a fundamentação teórica adotada e as características genéricas dos textos de DC; na segunda, apresenta-se o estudo inicial sobre as designações para cerveja num texto de DC e no texto de AC correlato; na terceira, a pesquisa a respeito da circulação desses termos.

2. Fundamentação Teórica e caracterização genérica dos textos de DC

Adotando-se um viés sociointerativo e enunciativo, a dinâmica do Léxico é vista como resultado do uso da linguagem em situações sociointerativas, nas quais emergem os gêneros discursivos vistos como enunciados relativamente estáveis produzidos em determinada esfera de atividade (BAKTHIN, 2003). Neste sentido, o componente lexical faz parte de um todo maior formado pelo gênero discursivo ou enunciado. Deste ponto de vista, o estudo da migração lexical promovida por exemplares de DC não pode ser feito senão pela investigação de como se dá a circulação dos itens lexicais, não só entre gêneros – dos textos de AC para os textos de DC –, mas também intra e entre línguas, para que se compreenda como a dinâmica se configura na língua inglesa (língua de partida) e na língua portuguesa (língua de chegada).

Entende-se por migração lexical os fenômenos que promovem a vocabularização de termos ou a terminologização de vocábulos. En-

quanto o termo vocabularização designa o processo pelo qual um termo se torna, como produto de seu uso em contextos não especializados, uma unidade da linguagem geral, podendo resultar em criação neológica, o termo terminologização responde pelo fenômeno contrário: um item da linguagem geral é utilizado em contextos especializados para designar um conceito científico, criando-se, assim, um termo novo da área (BARBOSA, 2004 s/p.). Outro tipo de migração ocorre quando o neologismo é resultado de empréstimos linguísticos, isto é, um item lexical de uma língua A migra para a língua B, podendo esta migração ser feita entre unidades funcionalmente equivalentes (termo a termo ou vocábulo a vocábulo) ou não.

Também enfatizando a importância do contexto de uso dos itens lexicais, a Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT) defende que tanto as unidades terminológicas quanto as unidades vocabulares podem e devem ser estudadas em seus contextos de uso (KILIAN, 2007, p.79-80). Isto significa que é preciso observar as características do gênero em que se enquadram os textos em que essas unidades são utilizadas, a situação sociointerativa por eles instaurada, bem como os propósitos ou intenções de quem os produziu.

Cumpramos ressaltar que este procedimento metodológico de levar em consideração as questões genéricas que envolvem o uso de um item lexical também é adotado pela Terminologia Textual ou Textualista

(...) entendida como uma Linguística de Gêneros Textuais e que se ocupa dos textos em funcionamento (...) Seu objetivo é descrever o funcionamento do texto, seja seu funcionamento interno ou externo, de forma que traz para a análise também os participantes da comunicação. Apontar como funciona o gênero textual e como ele se distingue de outros gêneros textuais faz parte de um estudo do texto especializado (ZILIO, 2010, p.132).

O surgimento desta corrente dá primazia ao objeto texto já que, para a Terminologia Textual, o objeto de estudo é “o texto que tenha termos” e não mais o “estudo de termos em textos” (FINATTO, 2004, p.352). Trata-se de um tipo de estudo atualmente designado pela pesquisadora como fazendo parte de uma linguística das linguagens especializadas, termo abrangente que se refere à

reunião de ideias e de propostas de estudo ou de composição de programas teóricos identificadas genericamente pelos nomes de *Terminologia Textual*, *Terminologia Textualista*, *Teoria Terminológica*

do Texto, Linguística das Linguagens Especializadas ou *Linguística do Texto Especializado*. Esses estudos, cuja denominação é heterogênea, têm em comum o emprego de metodologias de investigação centradas na descrição macro e microestrutural de conjuntos de textos de modo extensivo e com apoio estatístico (Hoffmann, 2004 e outros anos; Kocoureck, 1991, Leitchik, 2004). Outro traço partilhado entre as suas diferentes tendências é a função importante que tem a verificação de um *modus dicendi* técnico-científico (FINATTO, 2010, p.155).

A pesquisa ora apresentada por, num primeiro momento, analisar o uso de termos do ramo cervejeiro em textos de divulgação científica faz uma investigação do tipo que abrange “textos que tenham termos” (FINATTO, 2004, p.352). Num segundo momento, os termos são rastreados em outros gêneros textuais, tem-se então um estudo de “termos em textos”. Contudo, não se trata, propriamente, de uma investigação terminológica ou de Terminologia Textual ou textualista. Seu escopo é a circulação de termos da linguagem especializada para a linguagem geral. Trata-se de um estudo lexicológico que, em comum com as abordagens terminológicas citadas, dá relevo aos aspectos sociodiscursivos que envolvem o uso dos itens lexicais, os quais fazem parte de enunciados relativamente estáveis que são conformados segundo o gênero textual de que faz parte. Uma vez que a pesquisa realizada partiu da análise do uso dos itens lexicais em exemplares de Divulgação Científica, houve a necessidade de se estudar esse gênero.

O gênero de divulgação científica é tradicionalmente definido como um texto jornalístico cujo objetivo é tornar público o conhecimento produzido pelos cientistas. É um gênero. Trata-se de um gênero heterogêneo, pois pode ser interpretado e avaliado tanto do ponto de vista jornalístico, quanto do ponto de vista científico.

Do ponto de vista dos cientistas, a popularização promovida pela DC teve de ser feita obedecendo-se a critérios parecidos com aqueles que norteiam a produção do conhecimento científico. Só assim evita-se a tão combatida vulgarização, entendida pejorativamente como o processo pelo qual os achados científicos transformam-se em pseudociência, conforme defende Ronaldo Mota, doutor em Física e professor de Física na UFSM (2001, p.20).

Alicia Ivanissevich, jornalista, especialista em Divulgação Científica e editora executiva da revista *Ciência Hoje*, defende a eficácia

da DC, faz uma síntese à contenda e pondera, tentando satisfazer a cientistas e a jornalistas:

As mais importantes pesquisas de opinião revelam que os meios de comunicação constituem o caminho mais imediato e abrangente de intensificar a divulgação científica para o grande público. Constatase, porém, grande resistência da comunidade científica com relação à mídia. A razão é simples: os cientistas sabem que jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão são, antes de tudo, um negócio, com um produto a vender. Entretanto, mesmo parecendo difícil encontrar um ponto de convergência entre os interesses dos pesquisadores e dos jornalistas, é possível apresentar certos termos de ciência na mídia sem necessariamente fugir das exigências feitas por ambas as partes (2001, p.71).

Dada a multiplicidade de leituras a que este tipo de texto está sujeito, não é difícil entender por que há polêmica sobre se o gênero de DC é jornalístico ou científico. De um lado, por estar publicado em jornais e revistas de ampla circulação, responde às expectativas do leitor de jornal e às exigências do jornalismo. De outro, por também funcionar como porta-voz dos cientistas, está suscetível a ser por eles avaliado, surgindo daí exigências relativas à precisão das informações vinculadas, à não deturpação das pesquisas divulgadas e ao respeito aos direitos de propriedade intelectual.

Considerando a DC do ponto de vista do leitor, é necessário ressaltar que os textos jornalísticos sobre assuntos científicos podem prestar-se a dois tipos de leitura, não excludentes: o leitor pode ter sua atenção chamada pelo título e pelo tom da notícia e simplesmente apreciá-la e/ou confrontá-la com seus conhecimentos prévios a respeito do assunto em questão e das características desse gênero para, a partir desta interação com o texto, ter, dele, uma visão crítica. As análises propostas a seguir são feitas de um do ponto de vista lexicológico, porém levando em conta as características peculiares ao gênero, ora brevemente descritas.

3. Migração lexical de termos do ramo cervejeiro

Levando em consideração as características peculiares das condições de produção deste gênero textual, e contextualizando-as no interior da dinâmica social mais ampla da qual faz parte, estudou-se a circulação de termos do ramo cervejeiro. Num primeiro momento, observou-se o

uso desses termos em dois textos de DC (o original e sua tradução para a língua portuguesa) e nos artigos científicos correlatos. Num segundo momento, a pesquisa foi ampliada e a utilização desses termos também foi estudada em um texto jornalístico publicado num caderno voltado à culinária (*Caderno Paladar* publicado por *O Estado de São Paulo*) e em sites especializados em degustação e/ou divulgação dos produtos produzidos pela indústria cervejeira.

A análise lexicológica apresentada a seguir partiu de um texto de DC escrito em língua inglesa. Para se saber se determinado item lexical observado no texto jornalístico fazia parte do acervo lexical da linguagem geral e/ou de uma linguagem especializada foi verificado, como primeiro critério, se o item estava entre os verbetes do *Cobuild English Dictionary* (SINCLAIR, 1995, p.178) Ao longo deste texto de DC, foi observado o uso de alguns termos técnicos cuja presença no *Cobuild Dictionary* foi interpretada como indício de vocabularização. Esta hipótese está fundamentada no fato de o *corpus* do dicionário ter sido formado por um banco de dados (*The Bank of English*) constituído majoritariamente por textos provenientes de jornais e revistas: “*There are about five hundred million words in the Cobuild archives, most of them from newspapers or the radio*” (SINCLAIR, 1995, p.IX). Como faz questão de informar John Sinclair, editor do dicionário, as palavras nele incluídas são as que estão disseminadas em várias fontes, excluindo-se aquelas que são utilizadas somente por especialistas. Diz ele:

It is much easier to decide which words and phrases to include, and which to omit, when we have accurate figures from such a large amount of language. Our computers can instantly check the language activity of thousands of speakers and writers, rather than just a handful of experts (idem).

O exemplar de texto jornalístico de Divulgação Científica escolhido para análise foi publicado na revista inglesa *New Scientist*, publicação *on-line* que costuma ser utilizada como fonte por muitos jornalistas brasileiros. Este texto foi escolhido pelos seguintes motivos: nele há indicações precisas de 2 dos 3 artigos científicos mencionadas no texto e existe uma versão do texto em português publicada na *Folha de São Paulo* cuja análise contrastiva será feita na seção seguinte, dando ensejo a reflexões sobre questões tradutórias e terminológicas.

Como todo texto jornalístico bem elaborado, o título é sugestivo, chama a atenção do leitor seduzindo-o pelo jogo de palavra: “*Ale is*

good, make no bones about it". De acordo com o *Cobuild English Dictionary* (SINCLAIR, 1995, p.178) a expressão idiomática "*Make no bones about something*" é utilizada quando alguém faz algo, em geral, difícil ou desagradável ou que seria reprovado por alguém sem hesitar. Neste texto, o uso dessa expressão forma um jogo de palavras porque a palavra *bone*, que significa osso, dado o contexto, pode manter seu significado literal, forma-se assim o trocadilho. Este título chama a atenção também por contrariar as expectativas sobre o que poderia ser dito a respeito desta bebida alcoólica: ao invés de tratar dos malefícios da bebida, a matéria informa um possível benefício: o fortalecimento dos ossos.

O texto está estruturado em sete parágrafos curtos que ocupam apenas uma lauda. Indo do geral ao particular, resultados de uma pesquisa sobre o teor de uma substância que faz bem aos ossos em vários tipos de cerveja são explicados e depois comentados por duas autoridades: um pesquisador da área da Nutrição e uma nutricionista. O pesquisador confirma os resultados descritos e a nutricionista alerta: aos que sofrem de osteoporose é melhor consumir laticínios e não cerveja. O fato de o texto ser curto e escrito em linguagem acessível torna-o atraente. É um texto que entretém, isto é, ocupa o leitor divertindo-o, falando-lhe de um tema agradável e ameno.

Após citação de Bamforth e de Powell, há *links* para sites onde é possível acessar artigos científicos relacionados ao texto jornalístico. Para o segundo pesquisador, há, ao final do texto jornalístico, o endereço eletrônico completo. Para o primeiro, o *link* remete ao site pessoal do pesquisador a quem foi solicitado, por e-mail, o artigo original mencionado no texto jornalístico.

Apesar de rápida e superficial, a leitura ora apresentada mostra que, do ponto de vista jornalístico, o texto cumpre com seus objetivos: chama a atenção do leitor, é atraente, de fácil compreensão e traz uma boa nova vinda da ciência. Uma leitura mais exigente deste mesmo texto revela outras características: as que costumam ser apontadas pelos cientistas como sendo características de textos de divulgação científica.

Numa leitura mais atenta, percebe-se que o tipo informação que, nos artigos científicos, é colocada por último, a conclusão ou resultado final da pesquisa, é colocado no início do texto, nos primeiros dois parágrafos da matéria jornalística. O que aconteceu por último - a conclusão ou resultado final da pesquisa - é apresentado em primeiro lugar, conforme uma estrutura chamada pirâmide invertida ou texto pira-

midal, na qual a parte de descrição de resultados (que nos artigos é feita por último) coloca-se em primeiro plano, sendo “a novidade da pesquisa (...) o ponto de partida do autor da matéria divulgativa” (MASSARINI; MOREIRA, 2001, p.47).

É de se notar, no quarto parágrafo, o uso de termos ou expressões que denotam tipos de cerveja (os especialistas chamam estes tipos de estilos). O primeiro tipo mencionado é a *ale* referendado no título do texto. Curiosamente, talvez para chamar a atenção do leitor, não se cita o termo, mas sim uma definição possível para ele: “*lighter-coloured beer made from pale malted barley and hops*”. Os demais tipos mencionados são: *low-alcohol beers*, *stouts*, *porters* e *wheat beers*.

Do ponto de vista do leitor, falante nativo do inglês britânico, seria de se perguntar se estes termos migraram ou não para a linguagem geral. O fato de o jornalista não fornecer nenhuma informação adicional leva a crer que, do seu ponto de vista, trata-se de termos conhecidos pelos leitores. A designação *wheat beer* é autoexplicativa, pois quer dizer cerveja feita de trigo. *Stout* faz parte dos verbetes incluídos no *Cobuild Dictionary* (p.1645), obra na qual a palavra é caracterizada como típica do inglês britânico. Nessa obra a cerveja é descrita como uma cerveja forte e de cor preta escura. Ao contrário do que se poderia esperar, no dicionário, não há nenhuma informação sobre o tipo de cerveja designado pelo termo *porter*, se bem que haja o verbo *ale*.

A julgar somente pelas informações fornecidas por esse dicionário, “*ale*” e “*stout*” podem receber dupla inscrição no léxico: como termo técnico e como vocábulo da linguagem geral. O item lexical *porter*, por sua vez, seria apenas um termo técnico – mais adiante esta hipótese será discutida.

A segunda seção do texto tem um subtítulo: cerveja contra vinho. Esta parte do texto comenta a pesquisa de Bamforth e Casey e apresenta pesquisas relacionadas, assemelhando-se à parte de discussão dos resultados dos artigos científicos.

Conforme foi dito a princípio, este texto de DC explicita suas fontes. Tendo sido possível consultar duas das três fontes citadas, não foi difícil observar o uso dos termos nos ACs correlatos. Sendo eles de áreas diferentes e sendo o foco do estudo produtos do ramo cervejeiro, apresenta-se apenas o artigo relativo a esta área do conhecimento.

No AC de Casey e Bamforth, as designações utilizadas para categorizar as cervejas podem ser visualizadas na segunda tabela do

artigo e categorizadas segundo tipo (estilo), ingrediente utilizado ou origem. As categorias *Ales*, *Pale ale*, *Lagers*, *Regular lagers*, *Light lagers* estão conforme o estilo. *Non-alcoholic*, *Wheat* e *Sorghum* indicam os ingredientes utilizados ou não utilizados. *IPA*, *USA*, *International*, *California* e *Colorado* diferenciam a cerveja por sua proveniência. (CASEY; BAMFORTH, 2010, p.2). Cumpre esclarecer que a abreviação por sigla *IPA* é explicada num trecho anterior do artigo: “*India Pale Ale (IPA) is traditionally a stronger and hoppier beer*” (idem).

Cotejando-se o texto de DC com dois ACs correlatos, foi possível perceber a migração lexical dos segundos para os primeiros, o que confirmou a hipótese inicial de que o gênero textual de divulgação científica propicia este processo introduzindo, na linguagem geral, termos da linguagem específica. Outra evidência é a presença de alguns desses termos no dicionário *Cobuild*, cujo *corpus* utiliza textos jornalísticos e cujo critério principal para admissão de um verbete é seu uso estar disseminado e não restrito a especialistas. Alguns usos, contudo, não puderam ser explicados por esta metodologia: o estatuto do termo *porter* e da forma abreviada *bone density*, não analisada aqui por fugir ao escopo desse artigo.

Quanto às designações de tipos de cerveja, percebe-se uma grande convergência de termos a indicar que o jornalista, via de regra, utilizou os mesmos termos usados pelos especialistas, fazendo os termos migrarem. Não se pode concluir desta migração, contudo, que todos os termos estejam com dupla inscrição da língua inglesa, haja vista não ser possível verificar empiricamente se, aos leitores, todos os termos são igualmente compreensíveis. O que se sabe, sem sombra de dúvida, é que o jornalista pressupôs que o uso destes termos não causaria dificuldades de interpretação aos leitores. Ainda com relação às designações dos tipos de cerveja, chama a atenção a ausência do tipo *porter* tanto no *Cobuild*, quanto no AC, o que deixa em aberto a questão sobre seu estatuto: trata-se de uma designação coloquial ou técnica?

4. O estatuto do termo *porter* em língua inglesa: alguns indícios

Assim como foram buscados indícios de vocabularização, para além da evidência óbvia de o item estar presente num texto de DC, também foram procuradas pistas de sua circulação. Os termos do ramo da cervejaria foram verificados em três *sites* de estatuto diverso: a

wikipedia, para uma definição mais leiga e próxima da linguagem geral, um site de uma revista especializada em cerveja e um site voltado à degustação de vinhos e cervejas. Além disso, foram utilizadas, como índice de utilização de certas denominações de alguns tipos de cerveja, informações fornecidas por um professor universitário fluente em inglês que, recentemente, morou dois anos em Londres, de 2004 a 2006. No que se refere ao estatuto dos termos em língua portuguesa, foi utilizado um texto jornalístico de divulgação de produtos publicado no caderno *Paladar d'O Estado de São Paulo* em agosto de 2010.

Quanto à designação *porter* para um tipo de cerveja, indícios de sua utilização foram encontrados em três sites: na Wikipédia, (<http://en.wikipedia.org/wiki/Porter>), no site de uma revista especializada em cerveja (<http://beeradvocate.com>) e num site sobre degustação de vinhos e de cerveja (<http://www.tasting.com/beer/>).

Segundo informa a wikipédia, a história e o desenvolvimento da *stout* e da *porter* são geminados, sendo que o primeiro designaria uma *porter* mais forte, já que, originalmente, a cerveja *stout* era designada pelo termo *stout porter*, depois abreviado para *stout*. Conforme estas informações, a *stout* é um tipo de *porter*, ou seja, *porter* é o termo genérico para cervejas escuras e *stout*, um hipônimo. No site dedicado à desgustação, repete-se a informação de que *stout* é uma *porter* forte. Conforme se explica no site, as *porters* costumam ser mais leves e claras que as *stouts*. A designação *porter*, é portanto, hiperônima, é o nome genérico dado às cervejas pretas.

Entendida a relação de sentido entre os termos, ainda não está claro se ambas as designações fazem parte apenas da linguagem técnica dos cervejeiros ou se são compreendidas igualmente pelos leigos. A análise de textos oriundos do site da revista especializada em cerveja revela haver, entre os leigos, dúvidas sobre a conceituação de *porter*, dando a entender que conhecem bem o tipo *Stout*, mas não o tipo *Porter*: “*What the Hell is a Porter? No other type of beer arouses so many questions as to its origins. What the hell is it? Is it Bristish o Irish? How does it vary from the Stout style? What does the name mean?*”(BROS, 2000).

Em outro texto do mesmo site, explica-se o que são estilos de cerveja. Os apelos feitos ao leitor revelam o perfil desta revista e sua função didatizante, já que seu objetivo é divulgar e ensinar o público leigo tornando-o capaz de apreciar e diferenciar os diferentes tipos de cerveja, de modo semelhante ao que ocorre, hoje em dia, com o consumo de vinho:

Our styles reflect our spin on the constantly evolving world of beer, with non-geek descriptions broken down for all to understand. Click on any of the styles below to find out more about them, including our recommendations for Food Pairings, Glassware, and Cellaring/Serving Temperatures.

As informações coletadas nesses sites sugerem que o termo *porter* é oriundo da linguagem cervejeira, mas está em franco processo de vocabularização como resultado do esforço de divulgação de produtos visando ao aumento de consumo de vários tipos de cerveja. Neste contexto, a utilização da linguagem técnica pelo jornalista do texto de DC pode ser entendida como resultado deste movimento. Ele estaria se dirigindo tanto aos leitores que já foram iniciados, quanto aos que ainda são leigos no assunto, cujas dúvidas a respeito do conteúdo do texto poderiam aguçar sua curiosidade e despertar seu interesse para o assunto.

Complementando a investigação sobre o uso da palavra *porter* na linguagem geral, foi perguntado a um professor universitário brasileiro que tinha se doutorado na Inglaterra há dois ou três anos que designações de cerveja eram, segundo sua vivência, utilizadas pelos frequentadores de *pub*. Em resposta, o professor escreveu:

Não me recordo de uma cerveja chamada Porter e também acho que este não era um termo usado para pedir uma cerveja, ao menos no período em que estive lá. Contudo, acho que já existiu um tipo de cerveja com esse nome. Digo isso porque me lembro de alguns senhores (acho que com mais de 50 anos) que citavam a Porter quando falavam sobre as cervejas que gostavam. Morei cerca de dois anos e meio em vários endereços, mas sempre em Londres. Também tenho que admitir que frequentei muitos pubs (MAIO, 2010, por e-mail).

Conforme indicam as informações dadas, tratar-se-ia de uma designação em desuso na linguagem geral. De acordo com os outros dados obtidos, trata-se de uma designação candidata a ser reinscrita no léxico como resultado da divulgação promovida pelos cervejeiros.

5. Circulação dos termos do ramo cervejeiro na língua portuguesa do Brasil

Cotejando-se o texto de DC original com sua tradução em língua portuguesa, observa-se que as fontes utilizadas pelo jornalista são omitidas na tradução. O leitor da *New Scientist* tem acesso a elas, mas

não o leitor da *Folha de São Paulo*. Saltam à vista, também, as mudanças sociointerativas provocadas pelo fato de o texto traduzido estar dirigido ao leitor brasileiro e não àquele imaginado inicialmente pelo jornalista inglês. Observa-se que as pressuposições feitas pelo jornalista a respeito do conhecimento compartilhado por seus leitores algumas vezes são mantidas e outras não.

Não se mantém no que se refere ao conhecimento dos tipos de cerveja. No texto em português a análise da pergunta retórica feita pelo jornalista muda sensivelmente. A pergunta, “Que tipo de cerveja deve ser bebido?”, deixa, como informação pressuposta, a existência de vários tipos de cerveja. No caso do Brasil, praticamente só são conhecidas do grande público dois tipos: cerveja (clara) e cerveja preta. No que se refere às designações para os estilos de cerveja, houve utilização de distintas estratégias tradutórias. O termo *pale ale* foi utilizado entre aspas no texto traduzido numa estratégia de manutenção do termo original. Houve tradução literal para as designações “baixo teor alcoólico” e “feitas de trigo” e tradução aproximada: *stout beers* foi traduzido para “cervejas escuras” e *porter beers* para “cervejas pretas”.

É bem provável que o leitor brasileiro tenha dificuldades para entender a diferença existente entre uma cerveja preta e uma cerveja escura e nunca tenha tomado uma cerveja feita de trigo, mas, com base na descrição fornecida de *pale ale*, possa imaginar como é este tipo de cerveja. Quanto aos termos traduzidos de modo aproximado, o uso desta estratégia, porém, pode não ter facilitado a compreensão, pois permaneceram lacunas conceituais pela dificuldade de se diferenciar uma cerveja preta de uma cerveja escura. Como quer que seja, do ponto de vista do português brasileiro, houve a introdução de *pale ale*, um neologismo por empréstimo.

Grosso modo, os fenômenos de migração lexical ocorridos em língua inglesa são replicados na língua portuguesa via tradução. Para melhor compreensão do fenômeno em Língua Portuguesa, foi analisado um texto jornalístico de divulgação de produtos do ramo de cerveja produzido por um jornalista brasileiro tendo em vista leitores também brasileiros.

No caderno *Paladar* do jornal *O Estado de São Paulo*, foi publicada, no dia 05 de agosto de 2010 (FONSECA, 2010), uma reportagem cujo objetivo era divulgar os produtos produzidos por uma cervejaria artesanal norte-americana chamada *Saint Rogue* recentemente colocados no mer-

cado paulistano. A reportagem estar localizada numa seção da revista chamada *Degustação* comprova a existência, também no Brasil, de iniciativas de divulgação massiva de produtos do ramo cervejeiro visando ao aumento de consumo de seus produtos.

A maior parte dos nomes próprios das cervejas divulgadas incorpora o termo designador de estilo de cerveja, colocado quase sempre ao final da designação, conforme indicam as palavras colocadas em negrito: *Brutal Bitter*, *Shakespeare Stout*, *Dead Guy Ale*, *Morimoto Black Obi Soba Ale*, *Juniper Pale Ale* e *Yellow Snow IPA* e *Dry Hopped St. Rogue Red*. Nota-se que o próprio nome do estilo da cerveja dá informações sobre características ou proveniência do produto: *bitter* indica ser a cerveja amarga, *stout* que ela é forte, *IPA* que provém dos Estados Unidos e *red* que aponta para a cor da cerveja.

Outras designações também ressaltam características da cerveja: sabor, *Hazelnut Brown* e *Morimoto Soba*, e cor, *Hazelnut Brown* e *American Amber*, por exemplo. Podem ser formadas, ainda, pelo nome de estilo antecedido de um adjetivo: *Imperial Porter* e *Imperial Pilsner*. Mais raramente, a designação pode indicar modo de fabricação como é o caso de *Dry Hopped St Rogue Red*, em que *dry hopped* indica o modo como foi feita a fermentação do lúpulo.

No texto de Fonseca, o jornalista utiliza apenas um termo designador de estilo – *lager* industrial, uma expressão híbrida com base nominal em língua inglesa e modificador em língua portuguesa – sem que haja qualquer explicação sobre o seu significado. Considerando o conjunto formado por todos os estilos de cerveja que aparecem na reportagem, direta ou indiretamente (quando a designação do estilo faz parte do nome próprio designador do produto), percebe-se que ela está dirigida aos que já foram iniciados na arte de degustação cervejeira. Os não iniciados que vierem a ler a reportagem podem ficar entre atônitos e curiosos. Cumpre ressaltar que eles também fazem parte do público visado pela reportagem, já que o objetivo maior do texto parece ser levar ao aumento do consumo de cervejas diferenciadas.

Essa situação enunciativa é semelhante àquela na qual o texto de DC em língua inglesa foi produzido. O texto jornalístico de divulgação de produtos, os textos de DC e também os textos da mídia on-line promovem a migração lexical de termos de especialidade para a linguagem geral. Cada um a seu modo, todos eles colaboram para a divulgação dos termos e produtos do ramo cervejeiro, fazem parte de um

movimento maior promovido pelas cervejarias visando ao aumento de vendas de seus produtos.

No caso dos textos em língua portuguesa, estas migrações resultam em empréstimos linguísticos. Não se sabe, contudo, se os termos assim introduzidos serão ou não incorporados na linguagem geral, haja vista ser um processo lento e gradual dependente de sua aceitação pela comunidade linguística.

Considerações finais

Considerando somente os textos de divulgação científica e os artigos científicos correlatos, seria possível concluir que fenômenos recorrentes nas linguagens de especializadas também se fazem presentes na linguagem geral e que os textos de DC funcionam como portos de passagem, como espaços discursivos nos quais se encena a migração lexical sobre a qual cumpre retomar as reflexões de Barbosa que

tomam como ponto de partida a questão da tênue fronteira existente entre o termo técnico-científico e o vocábulo da língua geral³ e procuram mostrar que uma mesma unidade lexical pode assumir os valores e as funções, ou de termo ou de vocábulo, conforme o universo de discurso em que se inscrevem (2007, p.433).

A análise de ocorrências provenientes de textos de outros gêneros discursivos possibilitou uma melhor contextualização dos itens lexicais em foco. Foram trazidos à baila aspectos sociodiscursivos implicados na vocabularização das designações de estilos de cerveja que, de outro modo, não seriam evidenciados. Assim, o que, à primeira vista, poderia parecer uma impertinência (utilização de termos técnicos em textos de divulgação sem que fossem definidos ou explicados) surge como um uso estratégico, uma escolha lexical feita com o propósito retórico de aguçar a curiosidade do leitor motivando-o a tornar-se um consumidor “culto”, que conhece vários estilos de cerveja e aprecia o consumo de produtos “sofisticados”.

Outra estratégia utilizada, porém não suficientemente analisada, é a criação de nomes próprios sugestivos para designar cervejas produzidas pela cervejaria artesanal norte-americana St.Rogue. Estes atos designativos, além de revelarem a criatividade do designador e sua intenção mercadológica, remetem ao “delírio neológico” de Jeudy (1975, p. 207, apud VALENTE, 2010, p.74):

A produção neológica coincide hoje com a unificação das ideologias, com a sua redução a uma única ideologia, que se apresenta simultaneamente como efeito e causa da ‘morte do sentido”, dos simulacros de mutação do sentido. Com efeito, através do delírio neológico, reproduz-se a crença no deslocamento sempre possível da ideologia, mas o aumento da produção lexical não altera a fixidez das representações socioculturais.

Os resultados alcançados por esta investigação acerca da circulação de termos do ramo cervejeiro em textos da mídia impressa e em sites especializados escritos tanto em língua portuguesa quanto em língua inglesa mostram a pertinência do estudo da dinâmica lexical sob um viés mais discursivo e sociointerativo, de acordo com a proposta de Valente (2010, p.64) mencionada no começo desse artigo.

Além disso, a utilização de termos técnicos do ramo cervejeiro na linguagem midiática fazer parte de um movimento global produzido pela indústria cervejeira, visando incrementar suas vendas, mostra a interdisciplinaridade a que o estudo do léxico sempre está sujeito em decorrência das relações entre léxico, sociedade e cultura. São resultados que corroboram o ponto de vista defendido pelo lexicólogo português Mário Vilela, para quem

o léxico é a parte da língua que primeiramente configura a realidade extralinguística e arquiva o saber linguístico duma comunidade. Avanços e recuos civilizacionais, descobertas e inventos, encontros entre povos e culturas, mitos e crenças, afinal, quase tudo, antes de passar para a língua e para a cultura dos povos, tem um nome e esse nome faz parte do léxico (1994, p.6).

ABSTRACT

This paper undertakes a lexicological analysis of brewery terms used by the written media in the light of a socio-discursive paradigm. Firstly, it shows that their use in scientific publications promotes lexical migration of specialized usages to general language. Secondly, it investigates if the lexical item “porter” is just a term or if it is being lexicalized in English. To do so, it observes the uses of “porter” by specialized texts in the internet and in colloquial language. Finally, it studies how different types of beer are designated in Portuguese translations of scientific publications and in Brazilian newspapers for advertising purposes. The circulation of brewery terms in those texts indicates that their usage in written media is part of a greater social movement towards making public and marketing brewery products.

KEYWORDS: Lexical Sciences; lexical migration; brewery terms; writing media.

NOTAS

¹Contextos terminológicos são aqueles em que a comunicação se dá entre especialistas de uma determinada área do conhecimento, em geral num registro linguístico formal. Contextos não terminológicos abrangem as situações comunicativas nas quais a comunicação não se dá entre pares, pois envolvem os leigos no assunto, como destinatários da comunicação. Mais informação sobre as diferentes situações comunicativas possíveis de serem estabelecidas pode ser encontrada em Bocorny et alli (2010).

²*Corpus* compilado por Rafael de Souza Bento Fernandes – aluno do curso de Letras Português/Espanhol da Unioeste, campus de Marechal Cândido Rondon – como parte das atividades de sua Iniciação Científica.

³Da perspectiva adotada pela autora, a língua geral é formada pelos usos não especializados da linguagem.

REFERÊNCIAS

- ALL ABOUT STOUT & PORTER ALE STYLES. Disponível em: http://www.tasting.com/beer/stout_portr.html. Acesso em: 18/06/2010.
- ASSIS, Jesus de Paula. *Ciência & Ambiente*, n.23. Santa Maria, RS, p.49-60, 2001.
- BAMFORTH, C. W; CASEY, T.R. Silicon in beer and brewing. *Journal of Science Food Agricultural*, 2010. Disponível em: www.interscience.wiley.com. DOI 10.1002/JSFA.3884. Acesso em: 18/06/2010.
- BAKTHIN, Michael. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes (Coleção Ensino Superior), 2003.
- BARBOSA, Maria Aparecida. O léxico e seu tratamento: diálogos transdisciplinares. *Anais da 56ª Reunião Anual da SBPC*, Cuiabá-MT, julho/2004. Disponível em: http://www.sbpnet.org.br/livro/56ra/banco_conf_simp/textos/MaApBarbosa.htm. Acesso em: 16/09/2011.
- _____. Etno- terminologia e terminologia aplicada: objeto de estudo, campo de atuação. In: ISQUERDO, A.P.; ALVES, M.A. (orgs.). *As ciências do léxico. Lexicologia, lexicografia, terminologia*, v. III. Campo Grande: Ed. UFMS; São Paulo: Humanitas, 2007. p.459-472.
- BOCORNÝ, Ana Eliza P. et alii. A construção de um glossário bilingue (inglês/português) multimeios *online* colaborativo para aprendizes baseado em *corpus* especializado da área de relações internacionais. *Revista Trama*, Marachel Cândido Rondon, PR., v. 6, n.12, p.1-210, 2010.
- BROS, Alström. What The Hell Is A Porter? Disponível em: <http://beeradvocate.com>. Acesso em: 18/06/2010.
- COGHLAN, Andy. Ale is good, make no bones about it. Disponível em: www.newscientist.com/.../dn18491. Acesso em: 08/02/2010.
- _____. Cerveja moderada ajuda a fortalecer os ossos, indica estudo. Disponível em www.folha.uol.com.br/folha/ Acesso em 08/02/2010.
- FINATTO, Maria José Bicorny. Termos, textos e textos com termos: novos enfoques dos estudos terminológicos de perspectiva linguística. In: ISQUERDO, A.N; GRIEGER, M.G.(orgs.). *As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia, terminologia*, v. II. Campo Grande, MS: UFMS, 2004. p.341-358.
- _____. Para além das terminologias: estudos de convencionalidade em linguagens científicas. In: PERNA (C.L.); DELGADO, H.K., FINATTO, M.J. (orgs.). *Linguagens especializadas em corpora: modos de dizer e interfaces de pesquisa*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010. p.152-183. Disponível em: <http://>

www.pucrs.br/edipucrs/. Acesso em 11/06/2011.

FONSECA, Roberto. Docinha? Melhor pedir outra cerveja. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 05 ago. 2010. Caderno Paladar, p.6.

IVANISSEVICH, Alice. A divulgação científica na mídia. *Ciência & Ambiente*, n.23, Santa Maria, RS, p.71-86, 2001.

JEUDY, H. Ensaio sobre neologia. In: SCHAFF, A. ET AL. *Linguística, Sociedade e Política*. Lisboa: Edições 70, 1975, p.179-208.

KILIAN, Cristiane Krause. A retomada de unidades de significação especializada em textos em língua alemã e portuguesa sobre gestão de resíduos: uma contribuição para a tradução técnico-científica. Tese (Doutorado em Letras). 247p. Porto Alegre: UFRGS, 2007. Disponível em: Para citar ou acessar este item utilize:

<http://hdl.handle.net/10183/17529> Acesso em: 16/09/2011.

MASSARINI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro. A retórica e a ciência: dos artigos originais à divulgação científica. *Ciência & Ambiente*, n.23, Santa Maria, RS, , p.3 – 47, 2001.

MOTA, Ronaldo. Acerca do método e do conhecimento científico. *Ciência & Ambiente*, n.23. Santa Maria, RS, p.15 -20, 2001.

PORTER. Disponível em: [http:// en.wikipédia.org/wiki/Porter](http://en.wikipédia.org/wiki/Porter). Acesso em: 22/maio/2010.

POWELL, Jonathan J.et alii. Dietary Silicon Intake is positively associated with bone mineral density in men and premenopausal women of the Framingham Offspring Cohort. *Journal of Bone and Mineral Research*, EUA, v.19, n. 02, 2004.

SEIDE, Márcia Sipavicius. Migração Lexical em textos de divulgação científica. XXV Encontro Nacional da ANPOLL. De 1 a 3 de julho de 2010, Faculdade de Letras, UFMG, Belo Horizonte. [comunicação oral], 2010a.

_____. Designações para cerveja em contextos especializados e em contextos não especializados. In: *Anais do Seminário Nacional de Estudos da Linguagem*, 6 a 8 de out. 2010b. Cascavel: Edunioeste, v. 1. p. 01-12. Disponível em: http://cac-php.unioeste.br/eventos/iisnel/CD_IISnell/index.html. Acesso em 21/03/2011.

SINCLAIR, John [Ed.]. *Collins Cobuild English Dictionary*. Great Britain: Harper Collins Publishers, 1995.

VALENTE, André. Léxico e discurso. In: ISQUERDO, A.N; BARROS, L.A.(orgs.). *As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia, terminologia*, v.V. Campo Grande, MS: UFMS, 2010. p.63-77.

VILELA, Mário. *Estudos de Lexicologia*. Lisboa: Almedina, 1994.

ZILIO, Leonardo. Terminologia textual e Linguística de *corpus*: estudo em parceria. In: PERNA, C.L.; DELGADO, H.K.; FINATTO, M.J. (orgs.). *Linguagens especializadas em corpora: modos de dizer e interfaces de pesquisa*. Porto Alegre : EDIPUCRS, 2010. p. 128-151. Disponível em: <http://www.pucrs.br/edipucrs/>. Acesso em: 11/06/2011.

Recebido em: 15/03/2011

Aprovado em: 15/06/2011