

## Extranjerismos y aportuguesamiento de palabras en el PLE orientado al Turismo

Oswaldo José Casero  
Facultad de Lenguas-Universidad Nacional de Córdoba- Argentina

### El Turismo como actividad marcante del siglo XXI

El Turismo es el sector de la economía de mayor crecimiento en la actualidad, habiendo alcanzado ya el estatus de la principal actividad económica del mundo. Superó a sectores tradicionales como la industria automovilística, la electrónica y la petrolífera. Es un sector que tiende a crecer a **un ritmo anual del 7,5 % para los próximos 10 años**. Mueve alrededor de **3,4 billones de dólares (10,9 % del PBI mundial)** y emplea a **204 millones de personas (alrededor del 10 % de la fuerza de trabajo global)**, además de propiciar un número incalculable de actividades con él relacionadas (Datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo).

### A) El aporte turístico del Mercosur (MCS) en Brasil \*

El turismo en el MERCOSUR (mcs) Principais países emissores	Chegadas em 2008			Chegadas em 2009		
	Número de turistas	Participação %	Posição	Número de turistas	Participação %	Posição
<b>Argentina</b>	<b>1.017.675</b>	<b>20,15</b>	<b>1º</b>	<b>1.211.159</b>	<b>25,22</b>	<b>1º</b>
<b>Bolívia</b>	<b>84.072</b>	<b>1,66</b>	<b>14º</b>	<b>83.454</b>	<b>1,74</b>	<b>12º</b>
<b>Chile</b>	<b>240.087</b>	<b>4,75</b>	<b>5º</b>	<b>170.491</b>	<b>3,55</b>	<b>11º</b>
<b>Paraguai</b>	<b>217.709</b>	<b>4,31</b>	<b>7º</b>	<b>180.373</b>	<b>3,76</b>	<b>8º</b>
<b>Uruguai</b>	<b>199.403</b>	<b>3,95</b>	<b>10º</b>	<b>189.412</b>	<b>3,94</b>	<b>6º</b>
<b>Subtotal :</b>	<b>1.758.946</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>1.834.889</b>	<b>34,66</b>	<b>-</b>
<b>Outros</b>	<b>3.291.153</b>	<b>70</b>	<b>-</b>	<b>2.967.328</b>	<b>65,34</b>	<b>-</b>
<b>Total</b>	<b>5.050.099</b>			<b>4.802.217</b>		
	<b>turistas</b>			<b>turistas</b>		

\* Fuente: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo- Brasil- Ano 2010

El cuadro anterior (adaptado) muestra para el año 2008 un porcentaje de un 30 % de turistas del MCS en Brasil sobre el total de extranjeros que visitaron este país. Según vemos en las columnas que se encuentran hacia la derecha, en el 2009 ese porcentaje sube al 34,66 %.

## **B) Los turistas brasileños en el MCS:**

- Según *O Globo*, representan el 7,6 %. En primer lugar está Europa, con el 21,4%, seguida de Estados Unidos y Canadá, con el 12,5%, y Chile, con el 7,9% del total.

## **C) Los turistas brasileños en Argentina:**

- De acuerdo a lo publicado el 08 de febrero de 2010 en la Sección Turismo del diario argentino “La Nación”, la afluencia de turistas brasileños al país creció un 50% durante enero de 2010 respecto del mismo mes de 2009, según datos de la Oficina de Migraciones relevados a partir de los arribos registrados en el aeropuerto internacional de Ezeiza citando como fuente a la Secretaría de Turismo de la Nación.
- “Os brasileiros são o principal mercado de turistas estrangeiros da Argentina. Dos 4,7 milhões de estrangeiros que visitaram o país no ano passado, 650 mil eram brasileiros. (13,8 %).”

<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/internacional/2009/07/25/>

## **D) Los turistas argentinos en Brasil:**

- “En 2009 el 22% de los turistas argentinos que salieron por Ezeiza fueron a Brasil, aumentando incluso un 5% respecto a 2008. Fueron casi 336 mil turistas de un total de 1,5 millones de argentinos que viajaron al exterior.”

<http://fortunaweb.com.ar/- 12/3/2010>

## **El Contexto Educativo**

En esta comunicación el tema abordado se contextualiza en la enseñanza del Portugués Instrumental en base a la experiencia docente desarrollada por el autor en la Escuela Superior de Turismo y Hotelería de la Provincia de Córdoba (Argentina), institución pionera en Sudamérica creada en Junio de 1959 y que lleva el nombre de su visionario fundador: Marcelo Montes Pacheco.

Fue en Marzo de 1991, es decir, en el mismo mes y año de la firma del Tratado de Asunción (26 de marzo de 1991) que comienza el dictado de la materia

Portugués Técnico en dicho establecimiento educativo de nivel terciario, formando parte, actualmente, del currículo de las siguientes carreras:

- Tecnicatura Superior en Gestión de Empresas de Servicios de Alojamiento.
- Tecnicatura Superior en Gestión de Empresas de Turismo y Transporte.
- Guía y Asistente Superior en Turismo.
- Tecnicatura Superior en Gestión de Empresas de Servicios de Gastronomía.
- Tecnicatura Superior en Producción Gastronómica.

En las cuatro primeras especialidades el idioma Portugués se incorpora en la asignatura denominada **Lengua Extranjera II** dictándose en cada uno de los cuatro años que dura cada una de ellas, siendo la opción, el idioma Francés.

Cabe recordar que se dicta asimismo **Lengua Extranjera I (Inglés)**, paralelamente y obligatoriamente, en los cuatro niveles de las cuatro primeras carreras arriba nombradas.

En relación a los idiomas de la última carrera, que dura tres años, en el Primer Nivel se dicta solamente **Francés Técnico**. En el Segundo, se introduce únicamente **Inglés Técnico**. No ha sido incorporada todavía la asignatura **Portugués Técnico**, si bien se estudia firmemente esa posibilidad.

Es en ese contexto comunicacional cuando se produce el primer contacto de los discentes con extranjerismos provenientes, en su mayoría, del **Inglés** (hotelería) o del **Francés** (gastronomía).

## **El plurilingüismo de especialidad**

Como es bien sabido, el estudio de lenguas extranjeras es hoy una necesidad indiscutible, a través de éste se posibilita el acceso a nuevas vías de comunicación y la participación más activa del individuo en el creciente proceso de globalización. Así, el manejo de nuevos códigos lingüísticos propicia una estructura mental más diversa, más flexible y de una mayor riqueza: abrirse a la comprensión de otras culturas, a otras formas de expresión para comprendernos mejor a nosotros mismos y al resto del mundo; es a partir de ahí que el enfoque plurilingüe cobra relevancia.

Pretende, entonces, el autor de esta comunicación en su rol de docente de PLE de lenguajes específicos, reflexionar, por un lado, acerca del carácter enriquecedor

de los fenómenos lingüísticos denominados “préstamos” y “calcos” , desde la visión particular de un docente de PLE cuyo idioma materno es el **Español**; por el otro, y ya desde un enfoque comunicacional más pragmático, resaltar dichas adaptaciones brasileñas, en la grafía y/o fonética, especialmente éstas últimas, por ser empleadas en la oralidad, con origen en vocablos técnicos del **Inglés** o del **Francés**, generalmente, y que, a veces, interfieren en la adecuada comprensión auditiva y por lo tanto, en una eficiente comunicación (esencialmente oral) de un hispanohablante prestador de algún servicio turístico y sus interlocutores, los turistas y/o especialistas brasileños.

Con el fin de resaltar esa realidad lingüística es que esta disertación se realiza en Español intentando así evidenciar ante los colegas hispanohablantes que dictan PLE, sin excluir, obviamente, a los lusófonos, tales aspectos fonológicos particulares del Portugués hablado en Brasil y su incidencia comunicacional en el alumno que tiene al Español como L1.

Durante nuestra experiencia áulica comprobamos que esos nuevos vocablos despiertan frecuentemente gestos de sorpresa, simpatía, y hasta provocan hilaridad en nuestros discentes de PLE, reacción generada en la mayoría de los casos más por su **variación fonológica** que por la adaptación de su grafía al Portugués.

Algunos de estos términos ya aparecen en los diccionarios adaptados fonológicamente mediante su reescritura, apareciendo como entradas que siguen las reglas ortográficas del Portugués. Otros, son palabras nuevas, o sea, **neologismos léxicos**.

Como afirma María Teresa Cabré (CABRÉ, 1993, pág. 108-109), debido a la necesidad de garantizar la continuidad de una lengua en una sociedad tan diversa como la actual, se ha hecho necesaria la codificación de las variedades de la lengua propia en todas sus modalidades para superar la falta de creación en el idioma vernáculo, en los ámbitos científico-técnicos y tecnológicos, controlándose de esa manera las denominaciones foráneas (con el consecuente desarrollo de la terminología y la neología).

Es así que algunos de estos términos (lenguajes especializados) permanecen en la mayoría de los casos como adaptaciones de uso frecuente pero aún no

incorporadas en la lexicografía como el caso de los diccionarios Portugués-Portugués (Aurélio) y menos aún en los bilingües, pudiéndoselos considerar, por lo tanto, como neologismos de uso cotidiano en el ámbito turístico.

## **Extranjerismos, préstamos y calcos: definición y ejemplos**

Extranjerismo (*estrangueirismo*): Se define como la palabra aceptada tal como es en la lengua de donde procede, sin adaptación alguna a la lengua que la recibe.

Hans Wiegel (GARCÍA YEBRA, 1984, pág. 338) distingue tres clases de extranjerismos, en relación a la postura a adoptarse ante ellos:

- a. Evitables: de los que se puede y se debe prescindir.
- b. Inevitables: ante los que, al menos por el momento, no se puede hacer nada.
- c) Aquellos que enriquecen la lengua receptora, contra los cuales no sólo no debiéramos hacer nada, sino incluso no debiéramos querer hacer nada.

Según el “*Dicionário de Estrangueirismos-Portal da Língua Portuguesa*” con origen en Portugal, los extranjerismos se introducen generalmente en la lengua al mismo tiempo que un concepto nuevo (por ejemplo, *bungee-jumping*) o perteneciente a otra cultura (como en el caso de *reggae*) llega a un país de lengua portuguesa. Si el uso es suficientemente frecuente y duradero, es común que aparezca un término o expresión equivalente, mediante el calco, en Portugal, como **rato**, para **mouse** (dispositivo informático), o la adaptación a la ortografía y a la pronunciación del portugués, mediante el préstamo **mause**, en Brasil, o como ocurrió, entre muchos otros casos, con **líder** (*leader*) y **futebol** (*football*).

Citamos a modo de ejemplos algunos extranjerismos del ramo hotelero-gastronómico utilizados en Brasil que no sufrieron aún adaptaciones:

**check-in (inglés); hostel (inglés); no-show (inglés); over-booking (inglés); brunoise (francés); julienne (francés); mise en place (francés).**

Existen también transliteraciones tales como: **chop suey (chino); sfija (árabe); sushi (japonés).**

Préstamo (*empréstimo*): Es definido por Vinay y Darbelnet (GARCÍA YEBRA, 1984, pág.333) como la palabra que una lengua toma de la otra sin traducirla.

Intenta llenar una laguna en la lengua receptora, estando aquella relacionada con una técnica nueva con un concepto desconocido entre los hablantes de esa lengua

El préstamo propiamente dicho sería un extranjerismo naturalizado, adaptado al sistema lingüístico que lo acepta. Fueron primero extranjerismos, en general, que con el transcurso del tiempo fueron adaptándose a la estructura fónica, a la acentuación y demás características de la lengua receptora.

Cuando los términos originales de otra lengua son aceptados como extranjerismos y adaptados a la lengua receptora de modo que los hablantes no los perciben como elementos extraños se ha producido un **proceso de naturalización**.

En el caso del Español existen centenares de extranjerismos antiguos, sobre todo de procedencia árabe, que se convirtieron en préstamos naturalizados, siendo hoy palabras absolutamente castizas. Ej.: **aceite, acicate, adalid, adobe, adoquín, alcohol, almirante, etc.**

Este idioma fue en otros tiempos una lengua muy hospitalaria, que acogía con facilidad vocablos extranjeros, naturalizándolos. Actualmente, hay sectores, en especial académicos, que se oponen al extranjerismo. Y, en caso de aceptarlo, suelen contentarse con transcribirlo, sin ninguna clase de adaptación.

Contrastando con el caso anterior, y particularizando en el ramo del Turismo, encontramos en la variante brasileña del Portugués una activa capacidad naturalizadora.

En el caso específico de la gastronomía y de la hotelería se analizan aquí diversos préstamos provenientes, en su mayoría, del **Francés** y del **Inglés**, respectivamente. Vemos así que este último, a pesar de ser una lengua de uso internacional, su función mediadora y globalizante para la designación de conceptos se encuentra, a veces, “neutralizada” debido a la aparición de un fenómeno de adaptación lingüística conocido como **aportuguesamiento de palabras** (*aportuguesamento de palavras*)

En los ejemplos presentados a continuación, indicados con negrita, encontramos adaptaciones fonéticas y al mismo tiempo, ortográficas:

Vocablo original	Español	Portugués
<i>Box (I)</i>	Box	<b>Boxe</b>
<i>Brandy (I)</i>	Brandy	<b>Brande</b>
<i>Buffet (F)</i>	Buffet	<b>Bufete</b>
<i>Chantilly (F)</i>	Chantilly	<b>Chantili</b>
<i>Check-out (I)</i>	Check-out	<b>Checaute</b>
<i>Croissant (F)</i>	Medialuna	<b>Croissã</b>
<i>Mousse (F)</i>	<i>Mousse</i>	<b>Musse</b>
<i>Stock (I)</i>	<i>Stock</i>	<b>Estoque</b>
<i>Ticket (I)</i>	<i>Ticket</i>	<b>Tíquete</b>

**Calco (*decalque*, *calco* o *calque*):** Aparecen con menor frecuencia, siendo considerados por Vinay y Darbelet (GARCÍA YEBRA, 1984. Pág. 341) como préstamos de un género particular en los cuales “se toma prestado de la lengua extranjera el sintagma, pero se traducen literalmente los elementos que los componen”. Según este último autor, el calco implica una traducción y al igual que el extranjerismo naturalizado puede contribuir a enriquecer la lengua que lo realiza.

Damos a continuación algunos ejemplos del ámbito gastronómico tales como:

Vocablo Original	Español	Portugués
<i>À paisanne (F)</i>	A la paisana	À camponesa
<i>Hot-dog (I)</i>	Pancho / Panchito	Cachorro- quente
<i>Restaurant (F)</i>	Restaurante /Restorán	Restaurante

## El proceso de aportuguesamiento

Se produce en tres niveles:

- Formal: en la Fonética, Morfosintaxis y Ortografía.
- Semántico: Referencial y Conceptual.



- Pragmático: Uso lingüístico y psicosocial.

Centramos nuestro análisis en el plano fonético debido a que ese tipo de adaptación, especialmente con vocablos de origen inglés, al Portugués, puede ser motivo de interferencias, aunque sean de muy corta duración, en la comunicación en este idioma para el interlocutor hispanohablante. Se debe tener conciencia de que en la mayoría de los casos éste ya conoce la realización fonética en Inglés de estos vocablos pero no siempre es advertido del aportuguesamiento fonético de los mismos debido a que muchos de ellos se transcriben aún en los textos especializados o en la folletería en Portugués según su grafía inglesa original.

Al mismo tiempo, debemos tener en cuenta que ese interlocutor hispanohablante tiene como referencia ortográfica y fonética al vocablo original en inglés debido a que ya posee conocimientos técnicos de este idioma adquiridos en el transcurso de su carrera.

Estos aportuguesamientos ocurren siguiendo algunas pautas:

- A. Agregando una “e” al final cuando el término acaba en consonante fuerte, generalmente P, T, K, B, D, G, F encontrándose en ciertos casos también adaptaciones ortográficas: *stock*---**estoque**; *ticket*---**tíquete** ; *lay-out*—**leiaute**; *snob*--- **esnobe**
- B. El morfema inglés “*ing*” se adapta fonéticamente por medio de la terminación “ingue”: *camping, jogging, dancing, planning, meeting*
- C. El morfema de la transliteración al inglés “*ong*” se adapta fonéticamente por medio de la terminación “ongue”: *Hong-Kong, ping-pong, King-Kong*

Hemos comprobado en la práctica lectora que en la mayoría de los tres casos antes citados estos vocablos no sufren adaptaciones ortográficas pudiendo entonces provocar mayores posibilidades de “ruido” durante la comunicación oral para el interlocutor hispanohablante inadvertido.

## Propuesta didáctica

Con la intención de minimizar esas interferencias lingüísticas se sugiere la inclusión sistemática en el desarrollo de la asignatura PLE en las diversas especialidades del Turismo, de ejercitación consistente en:



- a) reconocimiento, mediante ejercicios de comprensión lectora de textos especializados en Turismo escritos en Portugués, de la terminología extranjera en los casos sin aportuguesamiento .

Ej.: *city-tour ; hostel ; barman*

- b) posterior realización fonética, de los términos extranjeros detectados que no sufrieron adaptaciones ortográficas pero que fueron adaptados fonéticamente.

Ej.: *check-out (checaute)*

- a.comprensión auditiva con transcripción de los términos adaptados fonéticamente, exclusivamente, según su escritura “a la portuguesa” (aportuguesamiento).

Ej.: *mouse ----- mause; croissant ---- croissã*

- b.comprensión auditiva de términos aportuguesados ortográfica y fonéticamente con posterior transcripción según el idioma de origen, y su equivalencia en el Español.

Ejs.: **estresse** --- *stress*--- estrés; **musse** ---- *mousse*---- mousse

## Conclusiones

A medida que pasa el tiempo, algunos extranjerismos pasan a tener una alternativa en Portugués, sea ésta un equivalente como el calco (*decalque semântico*), como en el caso de **correio eletrônico** para *e-mail*, o bien un aportuguesamiento (por ejemplo, en una forma adaptada a nivel ortográfico), como en el caso del término **sufilé**, del francés *soufflé*.

En el caso de los vocablos extranjeros resulta difícil precisar cuáles de ellos quedarán para siempre en la lengua portuguesa, ya sea como extranjerismos, o en su forma aportuguesada. Dependerá de la necesidad de designación “de moda”, de los contextos de uso, de los conocimientos de la lengua portuguesa por parte del hablante de la misma, del empleo que harán los diversos grupos de la sociedad, del

desarrollo político y social, científico, técnico y cultural de la comunidad lingüística lusófona.

## REFERENCIAS

Artículo periodístico digital. Disponible en: <http://fortunaweb.com.ar/>- Consultado el 12/3/2010.

Artículo periodístico digital diario "O Globo". Disponible en:

<http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/> – Consultado el 20 /04/2010.

CABRÉ, María Teresa (1993): *La Terminología: Teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona. Ed. Antártida/Empuries.

Dicionário de Estrangeirismos - Portal da Língua Portuguesa. Disponible en:

[http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?](http://www.portaldalinguaportuguesa.org/). Consultado el 17/ 03/2010.

GARCÍA YEBRA, Valentín (1984): *Teoría y Práctica de la Traducción*. Madrid: Gredos.