

DM

**Ementas e Nomes de Restaurantes  
em Zona Turística do Funchal e de Santa Cruz de Tenerife**  
Um olhar sobre a paisagem linguística

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**Marlene Ascensão de Macedo**

MESTRADO EM LINGUÍSTICA: SOCIEDADES E CULTURAS



UNIVERSIDADE da MADEIRA

*A Nossa Universidade*

[www.uma.pt](http://www.uma.pt)

julho | 2020

**Ementas e Nomes de Restaurantes  
em Zona Turística do Funchal e de Santa Cruz de Tenerife**  
Um olhar sobre a paisagem linguística

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**Marlene Ascensão de Macedo**

MESTRADO EM LINGUÍSTICA: SOCIEDADES E CULTURAS

ORIENTAÇÃO

Maria Helena Dias Rebelo

COORIENTAÇÃO

José António Teixeira Cardoso







Universidade da Madeira  
Mestrado em Linguística: Sociedades e Culturas (LSC)  
Dissertação de Mestrado

EMENTAS E NOMES DE RESTAURANTES  
EM ZONA TURÍSTICA DO FUNCHAL  
E DE SANTA CRUZ DE TENERIFE:  
UM OLHAR SOBRE A PAISAGEM LINGUÍSTICA

Marlene Ascensão de Macedo

**Orientadora:**

Doutora Maria Helena Dias Rebelo,  
Professora Auxiliar, Faculdade de Artes e Humanidades,  
Universidade da Madeira

**Coorientador:**

Doutor José António Teixeira Cardoso  
Professor Auxiliar convidado, Faculdade de Ciências Sociais,  
Universidade da Madeira

Funchal, julho de 2020









«No mundo moderno, os limites geográficos perderam o seu significado. As pessoas de todo o mundo estão agora mais perto umas das outras. Temos de interiorizar este facto e compreender que esta proximidade tem de se fundar no amor...» (Rabindranath Tagore)

\*

«Look up at the stars and not down at your feet. Try to make sense of what you see and wonder about what makes the universe exist. Be curious.» (Stephen Hawking)





## Agradecimentos

Agradeço a todos os que contribuíram de forma direta ou indireta à realização de mais um sonho, aos que acreditaram em mim, me encorajaram e me valorizaram.

Agradeço à Professora Helena Rebelo e ao Professor José António Cardoso, pela Vossa orientação neste projeto e por nunca terem desistido de me acompanhar.

Ao Dr. Marcelino de Castro e à Dr.<sup>a</sup> Vanda Rodrigues, pelo apoio incondicional, pela aprendizagem, pelo material disponibilizado, pelas palavras e por me fazerem ver/sentir o lado bom desta passagem.

À Dr.<sup>a</sup> Helena Camacho e à Dr.<sup>a</sup> Sílvia Patarelo, bem como aos restantes funcionários da Direção Regional do Arquivo e Biblioteca Pública da Madeira, especialmente ao senhor diretor, Dr. Nuno Mota, que valorizaram o facto de ser trabalhadora-estudante, mesmo sem ter esse estatuto formalizado.

À minha prima Angélica, por me ter recebido em sua casa em Tenerife e ter acompanhado a diversos lugares lindíssimos e me ter mostrado qual o melhor sítio para a recolha dos *corpora*.

À minha tia Olívia, o meu grande agradecimento por todo o apoio ao longo do meu percurso académico.

A uma pessoa muito especial para mim, pela paciência, pelo apoio, por acreditar nos meus sonhos e não me abandonar.

Ao meu pai, a título póstumo, que ficaria feliz por mais uma conquista.

À minha mãe, que ficará orgulhosa de mim e do meu empenho e esforço.

A todos aqueles que acompanharam o meu percurso académico e a todos os Professores e bibliotecários da UMa, os meus sinceros agradecimentos.

Funchal, julho de 2020.

Marlene de Macedo







## **Resumo**

O presente trabalho resulta da análise feita a nomes de restaurantes e menus em duas zonas turísticas, nomeadamente o Funchal (rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo) e Santa Cruz de Tenerife (avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso). Recolheram-se os nomes dos estabelecimentos e fez-se a listagem das ementas de forma a caracterizar a paisagem linguística de ambas as zonas. Compararam-se as duas paisagens linguísticas, a fim de estabelecer semelhanças e diferenças e fez-se uma análise linguística dos dados recolhidos, bem como um estudo sociológico dos materiais, identificando razões determinantes dessas expressões de mediação simbólica.

As ilhas (Madeira e Tenerife) preservam uma tradição turística acentuada e grande promoção a nível internacional (ver, entre outros meios de divulgação, catálogos de agências de viagens, guias vendidos anualmente antes da época alta, desdobráveis de feiras de turismo, redes sociais). Comparam-se as cidades do Funchal e de Santa Cruz de Tenerife, isto é, as áreas – rua(s) e/ou avenida(s) – com maior fluxo de turistas estrangeiros nos meses de agosto e setembro. Comparou-se a paisagem linguística das zonas em referência, onde predominam consumidores com perfis semelhantes, (geração, proveniência, gostos quanto à comida e bebida, etc.) de acordo com uma pesquisa preparatória por consulta verbal aos profissionais daqueles estabelecimentos, numa fase do dia que contempla o período do jantar e do momento da festividade que se lhe segue, tendo presente fundamentos sociológicos que estruturam o conhecimento na área.

A abordagem metodológica adotada seguiu o método hipotético-dedutivo, partindo da seguinte hipótese: considerando a Madeira e Tenerife dois espaços insulares da Macaronésia com larga tradição turística, a paisagem linguística do Funchal e de Santa Cruz de Tenerife será semelhante, no que diz respeito a nomes de restaurantes e respetivos menus exteriores?

**Palavras-chave:** Funchal (Madeira, Portugal), Santa Cruz (Tenerife, Espanha), paisagem linguística, estabelecimentos de restauração e menus, olhar sociológico.



## **Abstract**

The present report is the result of a case study inspired on names of restaurants and their menus in two different touristic areas: Funchal (rua de Santa Maria and Largo do Corpo Santo) in Madeira Archipelago and Santa Cruz de Tenerife (avenida Anaga and rua Bethencourt de Alfonso) in the Canary Islands. The aim is to characterize the linguistic landscape of both zones through the names of the restaurants and its menus, comparing the two linguistic landscapes in order to establish similarities and differences between them. This work is constituted by a linguistic analysis and a sociological study of the mentioned *corpora* linguistics, identifying determinant reasons for these expressions of symbolic mediation.

The islands (Madeira and Tenerife) preserve a remarkable tourist tradition and great promotion at the international level (see, among other means of dissemination, catalogs of travel agencies, guides sold annually before the high season, tourism fairs' folds, social networks and others). The places with the highest flow of foreign tourists in August and September were compared both in the cities of Funchal and Santa Cruz de Tenerife. The study compares these two linguistic landscapes, where both consumers have similar profiles (generation, origin, tastes for food and beverages, etc.) according to a preparatory research done by verbal consultation of the professionals of these establishments and the contemplated period of the day was the dinner time and the moments of the festivity that follows it, being this presentation based on sociological foundations that structure knowledge in the area.

The methodological approach adopted followed the hypothetical-deductive method, based on a specific question: considering Madeira and Tenerife two different islands in Macaronesia with long tourist tradition, can the linguistic landscape of Funchal and Santa Cruz de Tenerife have similarities regarding the names of restaurants and their outdoor menus?

**Keywords:** Funchal (Madeira, Portugal), Santa Cruz (Tenerife, Spain), linguistic landscape, restaurants, menus, sociological perspective.



## Resumen

El presente trabajo resulta del análisis realizado a los nombres de restaurantes y menús en dos áreas turísticas, a saber, Funchal (rua de Santa María y Largo do Corpo Santo) y Santa Cruz de Tenerife (avenida Anaga y rua Bethencourt de Alfonso). Se recopilaron los nombres de los establecimientos y se enumeraron los menús para caracterizar el paisaje lingüístico de ambas áreas, se compararon los dos paisajes lingüísticos para establecer similitudes y diferencias, se realizó un análisis lingüístico de los datos recopilados así como un estudio sociológico de los materiales, identificando razones que determinan estas expresiones de mediación simbólica.

Las islas (Madeira y Tenerife) conservan una tradición turística acentuada y una gran promoción a nivel internacional (ver, entre otros medios de difusión, catálogos de agencias de viajes, guías que se venden anualmente antes de la temporada alta, folletos de ferias de turismo, redes sociales). Se compararon las ciudades de Funchal y Santa Cruz de Tenerife, especialmente las áreas – rua (s) y/o avenida (s) – con el mayor flujo de turistas extranjeros en los meses de agosto y septiembre. Se comparó el panorama lingüístico de las áreas de referencia, donde predominan los consumidores con perfiles similares (generación, origen, sabor en alimentos, y bebidas, etc.) según una encuesta preparatoria mediante consulta verbal con los profesionales de esos establecimientos, en una fase del día que contempla el período de la cena y el momento de la fiesta que le sigue, teniendo en cuenta los fundamentos sociológicos que estructuran el conocimiento de la zona.

El enfoque metodológico adoptado siguió el método hipotético-deductivo, basado en la siguiente hipótesis: considerando Madeira y Tenerife dos espacios insulares en Macaronesia con una larga tradición turística, el paisaje lingüístico de Funchal y Santa Cruz de Tenerife será similar con respecto a los nombres de restaurantes y sus menús al aire libre?

**Palabras clave:** Funchal (Madeira, Portugal), Santa Cruz (Tenerife, España), paisaje lingüístico, establecimientos de comida, menús, mirada sociológica.



## Résumé

Ce travail est le résultat de l'analyse des noms de restaurants et de menus dans deux zones touristiques, à savoir, Funchal (rua de Santa Maria, Largo do Corpo Santo) et Santa Cruz de Tenerife (avenida Anaga et rua Bethencourt de Alfonso). Les noms des établissements ont été collectés et les menus ont été répertoriés afin de caractériser le paysage linguistique des deux zones, les deux paysages linguistiques ont été comparés afin d'établir des similitudes et des différences, une analyse linguistique des données a été effectuée. Collectées, ainsi qu'une étude sociologique des matériaux, identifiant les raisons déterminantes de ces expressions de médiation symbolique.

Les îles (Madère et Ténérife) conservent une tradition touristique accentuée et une grande promotion au niveau international (voir, entre autres moyens de diffusion, catalogues d'agences de voyages, guides vendus annuellement avant la haute saison, dépliants des salons du tourisme, réseaux sociaux) . Les villes de Funchal et Santa Cruz de Tenerife ont été comparées, en particulier les zones - rue (s) et / ou avenue (s) - avec le plus fort flux de touristes étrangers au cours des mois d'août et septembre. Le paysage linguistique des zones de référence a été comparé, où prédominent les consommateurs ayant des profils similaires (génération, origine, goût des aliments et des boissons, etc.) selon une enquête préparatoire en consultation verbale avec les professionnels de ces établissements, dans une phase de journée qui contemple la période du dîner et le moment de la fête qui s'ensuit, en gardant à l'esprit les fondements sociologiques qui structurent les connaissances dans la région.

L'approche méthodologique adoptée a suivi la méthode hypothétique-déductive, basée sur l'hypothèse suivante: compte tenu de Madère et de Ténérife, deux espaces insulaires en Macaronésie avec une longue tradition touristique, le paysage linguistique de Funchal et Santa Cruz de Tenerife sera similaire en ce qui concerne les noms de restaurants et leurs menus en plein air?

**Mots-clés:** Funchal (Madère, Portugal), Santa Cruz (Ténérife, Espagne) paysage linguistique établissements de restauration, menus, regard sociologique.



## ÍNDICE

INTRODUÇÃO .....	23
Contextualização e justificação do estudo.....	23
CAPÍTULO I	
ENQUADRAMENTO CONTEXTUAL E TEÓRICO.....	25
1. Contextualização histórica e geográfica das ilhas atlânticas: Madeira, Funchal, e Canárias, Tenerife, Santa Cruz.....	25
1.1. Madeira.....	25
1.1.1. A questão de Descobrimento/Redescobrimento e/ou Achamento .....	25
1.1.2. Geografia e Demografia: .....	26
1.1.3. Funchal e a Zona Velha da Cidade.....	26
1.2. Canárias .....	28
1.2.1. Santa Cruz de Tenerife – Geografia e Demografia .....	28
1.3. Relações entre a Madeira e as Canárias numa perspetiva socio-histórica e sociocultural .....	30
2. Paisagem Linguística.....	33
2.1. Revisão de escopo de literatura sobre Paisagem Linguística .....	34
2.1.1. Apresentação e fundamentação .....	34
2.1.2. Questão de investigação e objetivos.....	35
2.1.3. Materiais e métodos.....	36
2.1.4. Protocolo e registo.....	36
2.1.5. Critérios de elegibilidade.....	37
2.1.6. Estratégia de pesquisa .....	37
2.1.7. Seleção de fontes de evidência e descarte .....	38
2.1.8. Síntese de resultados .....	38
2.2. Fundamentos teóricos sobre Paisagem Linguística .....	39
2.3. Metodologias aplicadas .....	42
3. Fundamentos sociológicos .....	44
3.1. A globalização e o turismo.....	44
3.2. A construção simbólica dos recursos linguísticos .....	48
3.3. Cultura e Mudança Social .....	54
3.4. Linguagem, Comunicação, Cultura e Sociedade.....	55
CAPÍTULO II	
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	57
1. Problema.....	57
2. Hipóteses e Variáveis.....	57
3. Universo .....	57
4. Amostra .....	58

5. Técnicas de Pesquisa.....	58
CAPÍTULO III	
APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS .....	59
1. Análise dos nomes de estabelecimentos comerciais de restauração no Funchal, na rua de Santa Maria e largo do Corpo Santo, e em Santa Cruz de Tenerife na avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso .....	59
1.1. Rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo .....	60
1.2. Avenida Anaga/ Av. Francisco la Roche e rua Bethencourt Alfonso .....	60
1.3. Análise comparativa dos nomes de estabelecimentos comerciais de restauração na rua de Santa Maria e largo do Corpo Santo, no, e em Santa Cruz de Tenerife, na avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso.....	63
2. Análise morfológica dos capitais linguísticos presentes nos nomes dos estabelecimentos.....	71
3. Menus apresentados no Funchal, na rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, e em Santa Cruz de Tenerife, na avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso .....	76
3.1. Rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, no Funchal .....	76
3.2. Santa Cruz de Tenerife, na avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso.....	77
3.3. Análise morfológica dos capitais linguísticos presentes nos menus .....	78
3.4. Tipos de sinais .....	82
3.5. A multimodalidade presente nos sinais como formas de comunicação .....	84
3.6. A multimodalidade na apresentação dos nomes de restaurantes como formas alternativas e/ou artísticas .....	85
4. O uso de maiúsculas na apresentação dos nomes de restaurantes .....	87
5. A representação do signo e marca .....	88
CONCLUSÃO .....	91
Limitações e Recomendações .....	94
BIBLIOGRAFIA.....	95
WEBGRAFIA .....	101
APÊNDICE .....	CIII

## **ÍNDICE DE QUADROS**

Quadro 1.1. Formato de questão de investigação ProPheT .....	36
Quadro 3.1. Artigos presentes nos corpora .....	75



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Mapa da Ilha da Madeira salientando a zona de Santa Maria Maior .....	28
Figura 1.2. Mapa de Tenerife salientando a zona de Santa Cruz de Tenerife .....	30
Figura 1.3. Registos para a revisão de literatura .....	38
Figura 1.4. Síntese de trabalhos sobre "Linguistic Landscape" ano/número de publicação .....	39
Figura 1.5. Comércio no Funchal no séc. XIX.....	45
Figura 1.6. Comércio em Santa Cruz de Tenerife meados 1900.....	47
Figura 1.7. Articulação das estruturas de personalidade com a cultura e a sociedade .....	52
Figura 3.1. Percurso para a coleta de dados no Funchal .....	59
Figura 3.2. Percurso para a coleta de dados em Santa Cruz de Tenerife.....	61
Figura 3.3. Distribuição dos estabelecimentos comerciais por categorias .....	63
Figura 3.4. Estabelecimentos comerciais de restauração categorizados pela presença de uma ou mais línguas, por vertente regional e cultural .....	64
Figura 3.5. Nomes de estabelecimentos comerciais e respetivas informações auxiliares em formato bilíngue.....	67
Figura 3.6. Presença de línguas em formato monolíngue nos estabelecimentos comerciais de restauração do Funchal, rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, e Santa Cruz de Tenerife, avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso .....	70
Figura 3.7. Termos mais frequentes nos corpora de Funchal, rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, e Santa Cruz de Tenerife, avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso .....	72
Figura 3.8. Substantivos masculinos e femininos .....	73
Figura 3.9. Predominância de línguas no Funchal .....	77
Figura 3.10. Predominância de línguas em Santa Cruz de Tenerife.....	77
Figura 3.11. Termos mais frequentes nos menus do Funchal .....	79
Figura 3.12. Termos mais frequentes nos menus de Santa Cruz de Tenerife.....	80
Figura 3.13. Sinal móvel no Funchal .....	83
Figura 3.14. Sinal móvel Santa Cruz de Tenerife .....	83
Figura 3.15. Placa fixa no Funchal.....	83
Figura 3.16. Placa fixa em Tenerife .....	83
Figura 3.17. Indicação da página do Facebook no Funchal .....	84
Figura 3.18. Indicação da página do Facebook, Sta. Cruz de Tenerife .....	84
Figura 3.19. Nome de restaurante com uma apresentação multimodal no Funchal .....	86
Figura 3.20. Nome de restaurante com uma apresentação multimodal no Funchal .....	86
Figura 3.21. Nome de restaurante com uma apresentação multimodal em Tenerife .....	86
Figura 3.22. Nome de restaurante com uma apresentação multimodal em Tenerife .....	86
Figura 3.23. Uso de maiúscula no Funchal - rua de Santa Maria.....	88
Figura 3.24. Uso de maiúscula em Santa Cruz de Tenerife, avenida Anaga.....	88

Figura 3.25. Exemplo de marca registada .....	89
Figura 3.26. Exemplo de marca registada .....	89
Figura 3.27. Visão geral dos dados analisados dos nomes de estabelecimentos de restauração e/ou bebidas .....	92
Figura 3.28. Visão geral dos dados analisados dos menus .....	93

## INTRODUÇÃO

### Contextualização e justificação do estudo

Interessa-nos estudar as ilhas da Madeira e de Tenerife, considerando que as características históricas, económicas, geográficas e sociais são muito semelhantes, em particular enquanto ilhas de tradição turística acentuada e grande projeção a nível internacional. Iremos comparar as cidades do Funchal e de Santa Cruz de Tenerife, selecionando áreas referenciadas com maior fluxo de turistas estrangeiros nos meses de agosto e setembro. Pretendemos comparar a paisagem linguística das zonas selecionadas, tendo presente os indicadores obtidos previamente por se tratarem de zonas frequentadas por consumidores sensivelmente semelhantes (geração, proveniência, gostos quanto à comida e bebida, etc.), numa fase do dia que contempla a do jantar e do momento da festividade que se lhe segue.

O estudo da paisagem linguística pode ser abordado por diferentes perspetivas e ser relativo a diferentes disciplinas, como: Linguística, Estudos de Comunicação, Sociologia, Economia, Geografia Social, Arquitetura Paisagística, Psicologia ou Educação. Havendo já uma razoável produção científica sobre paisagem linguística em geral (cf. por exemplo, Referências Bibliográficas: Backhaus (2007); Blommaert (2011); Bourdieu, (2010); Clemente, Martins (2013); Clemente (2019); Carrilho, Lobo (1996); Elias, (2002); Ferreira, Goffman (1967;1974); Gorter (2013); Labov (1975); Landry (1997); Lizardo (2004); Moutinho, Coimbra (1998); Rebelo (2016); Rebelo (2017); Sali A. (2012); Torkington (2008); Witkowski (2013) ), deu-se conta de um défice de conhecimento sobre diferentes espaços urbanos insulares de pendor turístico. Consequentemente, por não conhecermos estudos sobre paisagem linguística que comparem zonas turísticas dos espaços insulares da Macaronésia, nomeadamente da Região Autónoma da Madeira e da Comunidade Autónoma das Canárias, pretendemos desenvolver um estudo que contemple esta temática.

Como instrumentos conceptuais de fundamentação sociológica, adotaremos o conceito de *Habitus* de Pierre Bourdieu, o contributo da *Teoria Simbólica* de Norbert Elias e o recurso à *Frame Analysis* de Erving Goffman.

As cidades são espaços multiculturais, onde se cruzam várias culturas, idiomas, religiões e diferentes olhares sobre o mundo, tendencialmente devido aos fluxos migratórios/turísticos. As fusões destas componentes multiculturais fazem da paisagem urbana uma marca de diferentes origens de progresso humano, reflexo das diversas identidades culturais presentes, notado principalmente no tipo de linguagem que compõe a paisagem linguística. Constitui-se, portanto, como uma das formas de compreender o fenómeno da globalização, resultante do multilinguismo urbano e do multiculturalismo.

O objetivo principal deste estudo é compreender em que medidas a paisagem linguística diverge ou se assemelha entre as duas cidades: Funchal (Madeira) e Santa Cruz (Tenerife). Trata-se de uma análise linguística com o contributo do conhecimento sociológico, tendo presente que língua e cultura estão intrinsecamente ligados às dinâmicas da sociedade.

Com este estudo, pretende-se analisar a paisagem linguística para conhecer e compreender como o multilinguismo se apresenta no espaço público e que reflexos tem contidos enquanto expressão da vida social e das culturas presentes, manifestando património simbólico das comunidades. Serão apresentados gráficos, permitindo identificar as línguas e culturas presentes, distinção das ocorrências monolíngues e multilíngue, bem como uma análise linguística aos termos identificados, permitindo obter através do seu carácter (se é artigo, por exemplo) e etimologia, para que culturas remetem e qual o público alvo.

Neste trabalho, será apresentado um capítulo sobre a contextualização histórico-geográfica de ambas as ilhas, tendo um olhar diacrónico, de forma a perceber em que medidas surgem o desenvolvimento urbano (cosmopolitismo), o capital cultural (presença de fluxos turísticos e migratórios) e que relações existem entre ambas as ilhas em estudo.

O segundo capítulo pertence aos procedimentos metodológicos, descrevendo o tipo de metodologia utilizada para abordar este estudo, bem como o seu processo de construção. No capítulo terceiro, irá ser apresentada a análise dos nomes de estabelecimentos de restauração e menus; será feita uma análise morfológica dos capitais linguísticos e será apresentada uma breve análise multimodal, de carácter linguístico e com um olhar sociológico.

Seguem-se a conclusão, as referências bibliográficas e os respetivos apêndices com a transcrição/ a quantificação dos nomes de estabelecimentos comerciais de restauração em ambas as áreas em estudo. Em CD, vão os ficheiros que foram tratados em *Excel*, no *Voyant Tools* e *Atlas.Ti Cloud* bem como as respetivas fotografias contidas no estudo em apreço.

## CAPÍTULO I

### ENQUADRAMENTO CONTEXTUAL E TEÓRICO

#### 1. Contextualização histórica e geográfica das ilhas atlânticas: Madeira, Funchal, e Canárias, Tenerife, Santa Cruz.

##### 1.1. Madeira

##### 1.1.1. A questão de Descobrimento/Redescobrimento e/ou Achamento

Em *Ilhas de Zargo*, Eduardo C. N. Pereira, no volume I (Pereira, 1989), no capítulo referente ao descobrimento, diz-nos que “o arquipélago da Madeira foi descoberto em 1419 e 1420”, sendo a primeira ilha descoberta a do Porto Santo e a segunda a ilha da Madeira, de acordo com documentação histórica. No entanto, o uso do vocábulo “descoberto” tem gerado por parte de alguns historiadores alguma controvérsia, passo a citar Armando Cortesão:

Quando no passado se dizia, e ainda hoje se diz, que uma terra, seja uma ilha ou costa dum continente, foi descoberta, isso não significa que dela não houvesse conhecimento, por muito vago que fosse, quer através da tradição quer por simples e imprecisa referência. Mas a expressão descobrimento só se pode aplicar, tanto no sentido do século XV como no de hoje, quando a terra descoberta passou a ser publicamente conhecida, de todo o mundo civilizado, e a sua situação geográfica ficou cartográfica e precisamente definida. É aquilo a que o saudoso Comandante Fontoura da Costa, uma das maiores autoridades na história da marinharia portuguesa, chamava descobrimento oficial em contraste com descobrimento histórico, isto é, aquele de que só se sabia através da tradição e de mais ou menos vagas referências históricas (Cortesão, 1973: 5).

Através de um artigo escrito por Nelson Veríssimo (Veríssimo, 2016), notamos que não existe exatidão no que respeita à descoberta deste arquipélago, a historiografia nunca conseguiu alcançar certezas sobre a data da viagem de João Gonçalves Zarco e Tristão Vaz Teixeira. O mesmo autor refere ainda que, desde 1367, havia provas do conhecimento deste arquipélago, “como a carta aos irmãos Pizzigani (1367), o Atlas Medicis ou Mediceo (1370), planisfério catalão de Abraão Cresques (1375); a carta de Pinelli-Walckenaer (1384); a carta de Sollerli (1385) e, desde o início de quatrocentos, a carta de Pasqualini (1408) com todas as ilhas legendadas em português”. A palavra “descobrimento” foi acolhida por Luís de Albuquerque (1987), como “em todos os casos em que, pela ação de um homem ou de um grupo de homens, a Humanidade passou a ter conhecimento de uma realidade geográfica que até aí ignorava” (1987, p.8) Assim sendo, iremos adotar o vocábulo “descobrimento”, pois expõe uma questão que está subjacente à “construção da História”.

No que respeita aos espaços insulares, José Manuel de Azevedo e Silva (J. M. de A. e Silva, 1997) refere que existem três tipos no processo de construção do Mundo Atlântico: Ilhas habitadas, ilhas não habitadas (“de forma permanente, mas visitadas pelas populações (...)”) e ilhas ermas (“encontradas sem homens”). (Silva, 1997: 125). Rubén Barone Tosco, em

“Archipiélagos macaronésicos (XVII) (Tosco, Rubén Barone, 2015), menciona que os espaços insulares da Macaronésia são compostos pelo arquipélago dos Açores, pelo arquipélago da Madeira, pelas Canárias e por Cabo Verde. No final do século XVI, os núcleos urbanos já estavam bem desenvolvidos: “houve um crescimento rápido das estruturas urbanas na época inicial, entre a sua fundação e a estabilização como comunidade construída” (Ribeiro, 1985).

### **1.1.2. Geografia e Demografia**

O arquipélago da Madeira situa-se no Oceano Atlântico e é composto pelas ilhas da Madeira, das Selvagens, das Desertas e do Porto Santo. A Madeira fica a 504 quilómetros das Canárias, a 980 dos Açores e a 978 de Lisboa, de acordo com José Manuel Azevedo e Silva, na sua obra *A Madeira e a construção do mundo atlântico (séculos XV-XVII)*. De acordo com o Observatório Astronómico de Greenwich, é possível apurar/determinar a longitude, assim sendo, o presente arquipélago situa-se “entre os 32 graus e 25 minutos e os 33 graus, 7 minutos e 34 segundos de latitude norte e os 16 graus e 20 minutos e os 17 graus, 15 minutos e 52 segundos de longitude e a sua posição geográfica situa-se entre dois triângulos inscritos num quadrilátero.

Relativamente à densidade populacional, a Madeira, no ano de 2018, contava com 253 945 habitantes do género masculino e feminino, como consta no *site* do Instituto Nacional de Estatística. Na Direção Regional de Estatística da Madeira, os dados mais recentes referentes à densidade populacional são de 2017 e mostram-nos que a população no Funchal é de 104 442 habitantes.

### **1.1.3. Funchal e a Zona Velha da Cidade**

Anteriormente no século XV, o lugar Funchal começou a ter rapidamente o estatuto de aldeia em 1430; posteriormente, tornou-se vila em 1452 e cidade em 1508. Uma das primeiras zonas a serem povoadas foi a zona de Santa Maria Maior ou de Nossa Senhora de Baixo (conhecida como Nossa Senhora do Calhau). A primeira rua a ser batizada foi a rua de Santa Maria, mantendo-se até hoje como uma zona mercantil. No final do século XV, com o desenvolvimento da economia do açúcar, intensificou-se a construção de habitações naquela dinâmica zona, que rapidamente se tornou estrutura urbana. (Silva, 1995: 155)

Passaram os tempos, mantendo-se aquela zona da cidade com os registos culturais que as suas raízes fixaram pela relação próxima com o litoral marítimo. O passar dos anos consolida a memória da história pela manutenção da estrutura urbana antiga, de pequena escala, havendo uma evolução dessa rua para meados do Séc. XX, como a zona velha da cidade, primeiro

conhecida como zona marginalizada, por existir prostituição, e, no último terço do século, com a proliferação da toxicod dependência, também lugar de tráfico e consumo de droga, acentuando esse registo marginal e degradado. Só a partir da década de 80, seja pelo desenvolvimento de uma nova consciência da importância de preservação do património urbano antigo, seja pela vontade de afirmação de uma nova identidade regional, decorrente do processo de regionalização que a era democrática trouxe, os agentes políticos regionais afinam o seu olhar pela importância crescente das zonas históricas das cidades no âmbito da economia do turismo, promovendo políticas de recuperação urbana e reconfigurando o espaço socio-económico dessa zona da cidade. Em resultado de tais políticas, desenvolvem-se ações de recuperação dos edifícios, com apertado controle na preservação do património e incentiva-se o desenvolvimento de estabelecimentos ligados à restauração e afins, afirmando-se aquela zona da cidade, nestas últimas duas décadas, como um polo privilegiado da atividade turística e do lazer noturno.

A obra Roteiro Histórico Turístico da Cidade Funchal, num capítulo referente à rua de Santa Maria, diz-nos que:

Esta rua corresponde ao arruamento estruturante do primitivo burgo medieval, unindo a igreja de Santa Maria À capela do Corpo Santo. Teve vários nomes, aparecendo referida na planta de Mateus Fernandes (1567-70), como rua dos Caixeiros, indicação provável de ali residirem os carpinteiros de caixas, recipientes essenciais para a exportação por excelência da Ilha nos séculos XV e XVI: o açúcar (D. Matos & Carita, 2004).

A obra de Márcia José de Barros Fernandes Dinis, intitulada *Os Expostos no Concelho do Funchal (1820-1869): Um estudo de História Social* (Dinis, 2001), diz-nos que “o espaço urbano se estendia pelas freguesias da Sé, S. Pedro, Santa Maria Maior e Santa Luzia”. As lojas e outros estabelecimentos de comércio e oficinas distribuía-m-se pelos diversos arruamentos da cidade, principalmente entre a Alfândega e o Pelourinho (...) para Isabella de França

as melhores lojas ficavam na parte baixa da cidade e ostentavam letreiros em inglês e português. Na multiplicidade de lojas encontravam-se mercearias, lojas de panos, lojas de capelistas, quinquilharias, algibebe, louças, ferragens, estancos, lojas de pão e aletria, confeitarias (...) Existiam ainda boticas, botequins, hospedarias, casas de pasto, muitas tabernas, uma fábrica de cerveja (...)” (Dinis, 2001:25).

A Figura 1.1., mencionada *infra*, mostra-nos o mapa da ilha da Madeira e a localização de Santa Maria Maior, no Funchal.



Figura 1.1. Mapa da Ilha da Madeira salientando a zona de Santa Maria Maior.

## 1.2. Canárias

De acordo com *La Enciclopedia temática e ilustrada de Canarias* (Hernández, 1999), este arquipélago é o resultado de uma combinação de elementos e fatores diversos a que comumente se designa por meio natural e a evolução histórica de umas estruturas socio-económicas cada vez mais heterogéneas. Localiza-se na secção central e oriental do Oceano Atlântico, perto da costa ocidental do continente africano, mais precisamente entre os 13°23' e os 18°8' de longitude oeste, bem como os 27°37' e os 29°24' de latitude norte. Trata-se de um conjunto de sete ilhas, tais como: Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria, Tenerife, La Gomera, La Palma y El Hierro, bem como outros ilhéus. Este conjunto de espaços insulares, são resultantes de atividades vulcânicas.

Antigos geógrafos gregos, como Poseidon, Estrabão e Platão, defendiam que as ilhas eram massas salientes acima do nível do mar de um extenso continente, que também constituía a base dos arquipélagos da Madeira, de Cabo Verde e dos Açores. Para outros, como Espinosa (1590), Buffon (1785), Viera e Clavijo (1772), entre outros, este continente era África, para outros (gregos *supra* mencionados) tratava-se da lendária Atlântida, que se tinha afundado (G. Matos & Torres, 1999).

### 1.2.1. Santa Cruz de Tenerife – Geografia e Demografia

Tenerife, tem a dimensão de 2.032,0 Km<sup>2</sup> e está posicionada entre os paralelos 28 e 29 norte e os meridianos 16 e 17 oeste. A sua paisagem surpreende-nos pelos seus contrastes: o norte é verde e fresco e o sul amplo e luminoso. A sua população é estimada em 920 253

habitantes, de acordo com o *site* Eurostat, e, em Santa Cruz de Tenerife – capital de Tenerife - a população tem uma estimativa de 207.312 referente ao ano 2019, como consta no *site citypopulation*. O melhor ponto de partida para percorrer a cidade é Santa Cruz de Tenerife, onde poderemos encontrar a atividade portuária e comercial trata-se da avenida Anaga, anteriormente designada por avenida Francisco de la Roche que liga aos principais pontos de comércio, sendo neste caso considerada a “baixa da cidade”, comumente designada.

Através da modalidade “tudo incluído” (pacote turístico), atendendo às necessidades dos viajantes, enquanto produto turístico, contemplando o transporte aéreo, hospedagem (oferecendo serviços de alimentação e lazer) (Navarro, López, 2011; Alegre, Pou, 2006, et.al), os países como México e Caraíbas foram os pioneiros deste tipo de oferta, posteriormente foi implementado nas ilhas Canárias:

El producto turístico canario sigue dependiendo, en un alto porcentaje, de estos agentes intermediarios para su comercialización, debido a la dependencia de un transporte aéreo, y por presentar una lejanía media con respecto a los principales mercados emisores. Ha sido en este tipo de destinos, y aún más en los de larga distancia, donde el TI ha tenido un mayor auge (Navarro; López, 2011, p.258).

Conforme a informação disponibilizada pelo IMPACTUR Canárias 2012, o sector do turismo representa 80% da economia, assim sendo a economia de Tenerife também é representada por esta atividade. De acordo com o Cabildo de Tenerife (Informe Situación turística de Tenerife Enero 2014; Presentación situación turística y perfil 2013 e Los turistas de Tenerife 2012), a época natalícia e principalmente o verão, são as situações com maior índice de visitantes estrangeiros especialmente por parte de turistas britânicos. Em 2013, contou com 1.580.907 visitantes, aumentando 2,8 %, no primeiro bimestre de 2014. O segundo público são os próprios espanhóis, com 1.161.922 turistas e, finalmente, turistas da Alemanha com 557.670 hospedados em 2013. Ressalta que, a partir destas fontes de informação, reparámos que, desde o ano 2012, houve um aumento de visitantes na faixa etária dos 45 anos e maiores de 51. O factor do pacote “tudo incluído”, beneficiou o deslocamento maciço de uma grande parte demográfica para os principais lugares turísticos de todo o mundo, o que se aparenta à “cultura de massa”, pela qual Krippendorf (2001) afirma cooperar para a conceção da “sociedade de massa”. Assim sendo, Pereira, Joyce e Gomes, Christianne (2013:3) afirmam que desta forma “a cultura massiva provoca a perda de espontaneidade, ocasionando em uma sociedade passiva e homogeneizada. Sendo assim, nessa cultura de massa o indivíduo não age mais por si só, e sim de forma padronizada atendendo aos estímulos comportamentais externos, se tornando um simples homem massificado e alienado”.

Abaixo, encontra-se a Figura 1.2. referente ao mapa da ilha de Tenerife, com a zona de Santa Cruz de Tenerife destacada:

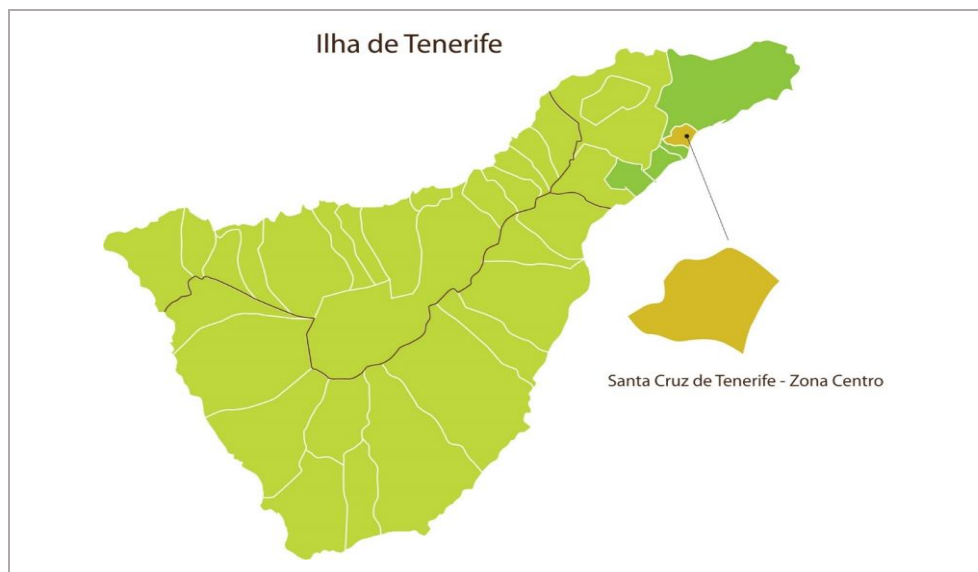


Figura 1.2. Mapa de Tenerife salientando a zona de Santa Cruz de Tenerife.

### **1.3. Relações entre a Madeira e as Canárias numa perspetiva socio-histórica e sociocultural**

No artigo intitulado “Canárias” (Vieira, 2016), Alberto Vieira mostra-nos a relevância da presença portuguesa nesse arquipélago. O mesmo artigo sublinha que as Canárias tiveram a presença de portugueses através da Madeira, pois tratava-se do eixo “do movimento de expansão de pessoas, produtos e técnicas do Atlântico” (Vieira, 2016:3). Na “metade do século XVIII, a Madeira e as Canárias assumiram um novo papel para os europeus”, pois houve um desenvolvimento no turismo, principalmente na busca destes locais para a cura de doenças, em resultado do privilegiado clima temperado com características oceânicas comum aos dois arquipélagos, geograficamente próximos um do outro.

Houve sempre uma cumplicidade entre estes espaços insulares, também por razões conjunturais. No séc. XX, houve vários intercâmbios culturais com a ilha de Tenerife como: Filarmónica Artística Madeirense (1909), Banda dos Artistas Funchalenses (1913), Grupo musical de Passos Freitas (1914 e 1922), Trio Madeirense (1931) e Orfeão Madeirense (1966 e 1971).

Das Canárias até à Madeira, deslocou-se uma companhia de teatro (1888) e um grupo folclórico (1955). Desde a década de 60 do século XX, as Canárias tornaram-se o sítio de eleição para a deslocação de férias dos madeirenses e popularizaram-se enquanto destino de viagem de estudantes finalistas do ensino secundário. À semelhança das preferências dos

madeirenses, também a população canária frequentemente escolheu a Madeira como destino privilegiado de férias durante a década de 90. As particularidades socio-económicas semelhantes que caracterizam os dois arquipélagos suscitam preocupações comuns das instituições políticas, estreitando-se os laços de intercâmbio através de cimeiras regulares, onde se procuram estabelecer roteiros comuns, em particular para um turismo insular, abrindo-se caminhos para o intercâmbio cultural e científico. Esta realidade de ligação insular inicia-se já a partir do séc. XV, pela partilha dos reinos peninsulares e tratados para o controlo do espaço oceânico. O envolvimento dos madeirenses na atividade económica canária conduziu a uma maior aproximação entre os dois arquipélagos, consolidando vias de contacto e comércio entre ambos.

A presença portuguesa está presente nas Canárias há muito tempo, influenciando vários níveis da sociedade e da economia deste arquipélago. Gaspar Frutuoso realçou a importância da comunidade portuguesa em Icod de Los Vinos em Tenerife, Santa Cruz, entre outras localidades. A produção de cana-de-açúcar em Tenerife permitiu que inúmeros madeirenses emigrassem para essa ilha, notando-se principalmente quando houve a crise do açúcar na Madeira.

Num artigo de António Ribeiro Marques da Silva (1989, 469:475), intitulado “*Os inícios do Turismo na Madeira e nas Canárias*”, notamos a referência ao domínio inglês, afirmando que só no século XIX deu-se o nascimento do turismo na Madeira. Relativamente às Canárias e de acordo com Victor Morales Lezcano em “*Los ingleses en Canárias*”, deu-se conta de exemplos de exemplos de “curiosidade pelo exótico, investigação etnográfica e culto pela antiguidade de civilizações remotas”. Foram vivenciadas por Marco Polo, Burton e Chateaubriand, por exemplo, segundo aquele autor.

Diz ainda M. Silva que o intuito de diversão e saúde do turista moderno não faz parte dos viajantes anteriores ao século XIX. No século XVI, originou-se a partir de Sir Philip Sidney um turismo aristocrático. Já no século XVII se designou por “grand tour” o turismo inglês e os seus destinos eram: Flandres, Holanda, França e Itália. Este “grand tour” era considerado ainda um turismo aristocrático, porque os jovens continuavam os seus estudos no continente, de forma a completarem a sua formação. Esta corrente turística foi interrompida através das guerras napoleónicas, dando origem ao turismo industrial. Nos finais do século XVIII e inícios do século XIX, o fluxo turístico voltou-se essencialmente para a Europa.

Para Iolanda Silva (I. Silva, 1998), o turismo na Madeira divide-se em duas épocas: a colonial durante os séculos XV a XVIII e a terapêutica no século XIX até inícios do século XX. O turismo atual começa na Madeira ou nas Canárias desde o início do século XIX, conhecido

como o “turismo terapêutico”. No século XVIII reparamos que os turistas que ficaram por alguns períodos, terão sido convidados e foram residentes ingleses. No início do século XX, os serviços oferecidos ao turismo eram essencialmente quintas, o que era considerado de nível superior aos hotéis. Com o passar do tempo e mesmo com o início das relações entre os canários e os ingleses, na linha do que já se observava na Madeira, a situação destes estrangeiros nos dois arquipélagos é semelhante. “Na madeira, se o início das relações com os ingleses é diferente, toda a origem, evolução e características económicas do fenómeno turístico revelam semelhanças impressionantes” (Silva, 1989:473). O turismo, a partir do séc. XIX, transformou-se noutra fonte de rendimento para os ingleses. Como nas Canárias, os britânicos apoderaram-se de todas as atividades turísticas, envolvendo: exploração de hotéis e quintas, agências de viagem, companhias de navegação, etc. (Ribeiro, 1997).

Poderemos estabelecer uma analogia entre os dois arquipélagos, tomando como exemplo o sentimento dos continentais ao visitar estas ilhas. Passamos a citar Tomás Morales:

Todo aqui es extrangero: las celosas gentes que van  
tras el negocio cuerdo,  
Las tendas de los indios, prodigias,  
Y el Bank of British, de especial recuerdo...  
Extrangerov es el tráfico en la vía,  
La flota, los talleres y la banca,  
Y la miss que, al descenso del tranvia,  
Enseña la estirada media blanca...  
(Morales,1919:18)

Já Raúl Brandão (Brandão, 2009:21) sublinhou que:

Vejo tudo a frio. Esta ilha é um cenário e pouco mais – um cenário deslumbrante com pretensões a vida sem realidade e desprezo absoluto por tudo o que lhe não cheira a inglês. Letreiros em inglês, tabuletas em inglês e tudo preparado e maquinado para inglês ver e abrir a bolsa. Eles saem dos paquetes – e logo o Funchal se arma como um teatro.

Relativamente a Tenerife, temos ainda o olhar de Gaspar Frutuoso, pelo que passamos a citar:

A ilha de Tenerife, dizem que foi a quarta conquistada e é logo a segunda ilha depois da Gram Canária, mais principal de todas as outras, ainda que a Palma o seja nas escalas das armadas e navegações (...) [*sic*] (Frutuoso, 1966)

Ainda sobre este assunto, há um guia turístico intitulado “Brown’s Madeira, Canary Islands and Azores”, de 1926, pelo qual consta inúmeros anúncios publicitários, provando o domínio britânico sob estruturas turísticas e económicas em ambos os arquipélagos, e com pouca informação sobre companhias portuguesas ou espanholas.

## 2. Paisagem Linguística

Segundo o dicionário *Priberam*, a “Sociolinguística”, é um vocábulo formado por “(socio-+linguística), é também um substantivo feminino e trata-se da área da linguística que estuda as relações entre a língua, a cultura e a sociedade”. No entanto, achamos esta definição pouco abrangente e tomou-se a iniciativa de pesquisar na enciclopédia *online Wikipédia*, mais informação sobre o assunto, passamos a citar:

*Sociolinguística* é o ramo da linguística que estuda a relação entre a língua e a sociedade. É o estudo descritivo do efeito de qualquer e todos os aspetos da sociedade, incluindo as normas culturais, expectativas e contexto, na maneira como a língua é usada, e os efeitos do uso da língua na sociedade. O “objeto da Sociolinguística é a língua falada/sinalizada, observada, descrita e analisada em seu contexto social, isto é, em situações reais de uso.

A Sociolinguística é subdividida em Sociolinguística Variacionista, cujo fundador é William Labov, na Sociolinguística Interacional, proposta por John J. Gumperz e na Sociolinguística Educacional, pensada por Stella Maris Bortoni-Ricardo.” (Fonte: Wikipédia)

Através da mesma fonte, encontramos três termos de cariz relevante contidos neste ramo:

- 1) Variedade: “diferentes formas de manifestação da fala dentro de uma língua, a partir dos diferentes traços que a condicionam”. Estas variedades incluem o dialeto, socioleto, idioleto e cronoletto.
- 2) Variante: relativo a um item linguístico que é alvo de alterações.
- 3) Variável: trata-se de um fenómeno linguístico realizável por duas ou mais variantes.

De acordo com o dicionário *Priberam*, a “Sociologia”, um substantivo feminino, define-se como o “estudo científico das sociedades humanas e dos factos sociais”. No mesmo dicionário, o termo “Linguística” é também uma “ciência que se dedica ao estudo das línguas e da linguagem”.

Assim sendo, decidimos proceder à análise da Paisagem Linguística no seu domínio linguístico e no sociológico, não adotando o termo “sociolinguístico/a”, pois implicaria a aplicação de inquéritos a uma determinada população. Para Roman Jakobson, a Sociologia da Linguagem faz parte integrante da Linguística (Freitas, 2007:134); já para Joshua Fishman, a Sociologia da Linguagem e Sociolinguística são geralmente designações sinónimas, se bem que este último tenha definido a Sociologia da Linguagem como uma Sociolinguística (Fishman, 1966:424-458).

## **2.1. Revisão de escopo de literatura sobre Paisagem Linguística**

As revisões de escopo, normalmente usadas na área da saúde, tornam-se uma importante ferramenta de síntese de metodologias usadas em pesquisa qualitativa. Pelo facto de haver já uma grande quantidade de trabalhos realizados sobre a Paisagem Linguística, a área de estudo em que se inscreve esta dissertação, este tipo de revisão permite fazer uma seleção de dados (inclusão e exclusão). Primeiro, é através da análise dos títulos e resumos e, posteriormente, vem a leitura integral dos textos e a respetiva exclusão daqueles que não constituem um mecanismo relevante para o tópico em estudo. De acordo com Luciana Cordeiro e Cassia Baldini Soares em *Revisão de escopo: potencialidades para a síntese de metodologias utilizadas em pesquisa primária qualitativa*, este tipo de revisão “deve ter uma motivação estruturada para ser realizada, contendo no tópico introdutório um texto com os levantamentos relevantes sobre o tema de revisão que justifique a sua utilidade” (Cordeiro, Luciana, Soares Cassia, 2019:40).

### **2.1.1. Apresentação e fundamentação**

O termo “paisagem”, tem vindo a ter um *opus operandi* de forma diacrónica aglomerando uma variedade de significados que se reedificam dinamicamente com a progressão das representações dos indivíduos sobre o mundo e com o progredir das comunidades, incluindo os seus valores e ideais vigorantes em cada período. A etimologia do vocábulo “paisagem” remonta o século XVI, derivando do francês “pays”, que segundo o *Grande Dicionário de Francês Português* de Domingos de Azevedo, vol.4 G-Z, significa “páís, região, terra natal, país, pátria”) e “paysage” significa “paisagem, vista de campo. Quadro representado uma vista de campo”. Segundo Gorter (2006) e Vitte (2007), este termo revela o sentido de região ou território, sendo em italiano “paesaggio”, em espanhol “paisage”, em português “paisagem”, em catalão “paisatge” e em romeno “peizaj”. Através do *Livro dos Salmos*, surgiu em hebraico “nofl”, relacionando-se com “yafe”, expressando “algo maravilhoso”. Em inglês “landscape”, Gorter (2006) refere que foi usada pela primeira vez em 1598, como um empréstimo do neerlandês “landschap”.

Este termo desenvolveu-se a partir do século XV-XVI, particularmente com o Renascimento, através do interesse pelo mundo natural e pelos valores amparados pelo protestantismo, desvalorizando as pinturas sagradas e de cariz religioso (Salgueiro, 2001; Vitte, 2007; Pozzo & Vidal, 2010).

A partir do século XIX, surge a fotografia da paisagem, observando-se em paralelo o desenvolvimento do movimento impressionista, arte pictórica da paisagem com artistas como

Renoir e Monet. A fotografia torna-se, então, uma forma de arte, uma forma de linguagem e comunicação, uma estrutura estruturante de conhecimento e de construção do mundo objetivo, segundo Kant e Cassirer, uma estrutura subjetiva, *modus operandi* de formas simbólicas. Com o estímulo da industrialização, ameaças globais, tragédias ambientais, pandemia (tome-se como exemplo a situação pandémica do COVID – 19, acabam por reforçar os estudos paisagísticos de forma diacrónica. No século XX, o sentido de paisagem ganha uma nova dimensão, incluindo paisagem urbana/cultural/industrial e arquitetura paisagística, que se torna numa forma de representação, sendo um resultado das ligações humanas, uma forma de observar o mundo e uma forma de apresentação aos outros e a nós próprios. É naturalmente um objeto cultural de mediação simbólica, sujeito a alterações ao longo do tempo.

Adotando a paisagem como uma estrutura social, poderemos apurar que a paisagem é um gerúndio, contendo um carácter construtivo, resultante da dinâmica de vários agentes:

The word “landscape” is also a verb, referring to the active process of changing the appearance of the world, and this landscaping occurs incessantly, though hardly as a meticulously planned activity. The result is a concatenation of many choices, ranging from state laws to the decorative whims of property owners who introduce new plants into a region (Nye, 1997:64).

Não é possível traduzir-se em português o termo *landscaping*. Usamo-lo para exprimir o conceito de “paisagem” como um verbo, resultante do encadeamento de diversas preferências, desde as individuais até às normas das entidades governamentais.

### **2.1.2. Questão de investigação e objetivos**

Com o propósito de controlarmos os fundamentos teóricos que melhor enquadrem esta problemática, recorreremos a um levantamento cuidado dos contributos dos autores mais reconhecidos, adotando, com total rigor, um procedimento metodológico garante de referências teóricas consistentes para sustentarem o estudo, procedendo a uma revisão de escopo.

Através desta revisão de escopo, pretendemos analisar os textos obtidos pelo programa *Rayyan*, partindo dos seguintes critérios de análise de dados:

- Qual a definição utilizada para o conceito de *Paisagem Linguística*?
- Qual a metodologia utilizada para o tratamento de dados?

Para a identificação de literatura relevante em torno do tópico “linguistic landscape”, a abordagem *ProPheT* (Booth, Sutton, & Papaioannou, 2016) constitui igualmente uma estratégia para a pesquisa em torno do tema.

Quadro 1.1 - Formato de questão de investigação *ProPheT*

<b>ProPheT</b>	<b>Parâmetros</b>
Problema ( <i>Problem</i> )	Produção científica revista por pares (artigos)
Fenómeno de interesse ( <i>Phenomenon of Interest</i> )	“PAISAGEM LINGUÍSTICA”, em inglês: <i>linguistic landscape</i>
Período ( <i>Time</i> )	1990 → 2018

### 2.1.3. Materiais e métodos

Este capítulo obedece à revisão sistemática de literatura (Chen, 2017), baseado numa revisão de escopo (Booth & Brice, 2004; Grant & Booth, 2009), estimando o tamanho e as particularidades de estudos disponíveis sobre determinado tópico, neste caso “paisagem linguística”, em inglês. Este método combina uma análise quantitativa e qualitativa, tendo por base a investigação bibliográfica. O presente estudo baseia-se na abordagem metodológica de *PRISMA-ScR* (Tricco et al., 2018).

Para proceder a esta análise, utilizou-se o motor de pesquisa *Web of Science*, onde nos mostra a totalidade de artigos científicos com maior *ranking* a nível de citações e qualidade científica, de forma estruturada, passando a informação para formato .txt.

Posteriormente, usamos o programa Rayyan em que é possível carregar os dados .txt relativos ao programa anterior, de forma a incluir e excluir a partir da leitura de títulos e resumos.

Fez-se o download dos documentos em formato Pdf, passando à leitura integral dos mesmos.

### 2.1.4. Protocolo e registo

Este estudo encontra-se registado sob o identificador 0000-0001-5744-5850 no sistema de informação ORCID - Connecting Research and Researchers a 2019-11-17, integrado no âmbito dos estudos de mestrado. Os dados de investigação foram tratados preliminarmente em *Open Science Framework*, registado a 2019-10-27 e acessível no repositório através deste endereço <[https:// osf.io/e7taq/](https://osf.io/e7taq/)>.

### **2.1.5. Critérios de elegibilidade**

As pesquisas foram realizadas de forma iterativa entre o semestre de 2019 e 2020, na base de dados *Web of Science (WoS)*, acessível através da *web* por subscrição institucional (Universidade da Madeira), por ser o sistema de informação mais utilizado pela comunidade científica (Martín-Martín, Orduna-Malea, & Delgado López-Cózar, 2018; Martín-Martín, Orduna-Malea, Thelwall, & López-Cózar, 2018). Os dados bibliográficos recuperados foram importados e tratados no gestor bibliográfico (*Mendeley*).

### **2.1.6. Estratégia de pesquisa**

Aplica-se neste estudo a abordagem *ProPheT* (Booth et al., 2016) combinada com a estratégia de reporte de pesquisa STARLITE (Booth, 2006). A base de dados *WoS* permite pesquisar em campos de título e tópicos, pelo que se justifica apresentar os parâmetros utilizados, presentes na Tabela 1. Pretendemos assegurar a replicabilidade deste estudo (Cooper, Booth, Varley-Campbell, Britten, & Garside, 2018).

Para auxiliar a interpretação e a visualização dos dados bibliográficos, recorreremos às ferramentas *web* de acesso livre *bibliometrix* (Aria & Cuccurullo, 2017) e *CorText* (INRA, 2017) para representar graficamente a estrutura conceptual e intelectual da produção científica. A ferramenta *bibliometrix* ocorre em ambiente R (R Core Team, 2013), através do parâmetro *biblioshiny*, disponibilizando um fluxo de trabalho baseado no processamento automatizado de dados bibliográficos, o seu cálculo e sua visualização em termos de produtividade (número de autores, de artigos, de revistas científicas), de estrutura conceptual (palavras-chaves ou termos mais frequentes) e intelectual (redes de colaboração, evolução da produção).

Esta pesquisa caracteriza-se pela sua iteratividade, realizada entre setembro de 2019 e janeiro de 2020. Realizámos, também, pesquisas manuais em outras bases de dados, tais como Google Scholar, Academia.edu e Research Gate, bem como a leitura de manuais. Esta pesquisa em base de dados partiu das referências citadas dos registos recuperados, especialmente em ocorrências de palavras no título, palavras-chave e resumos. Posteriormente, surgiu a leitura na íntegra dos artigos coletados e posterior exclusão.

### 2.1.7. Seleção de fontes de evidência e descarte

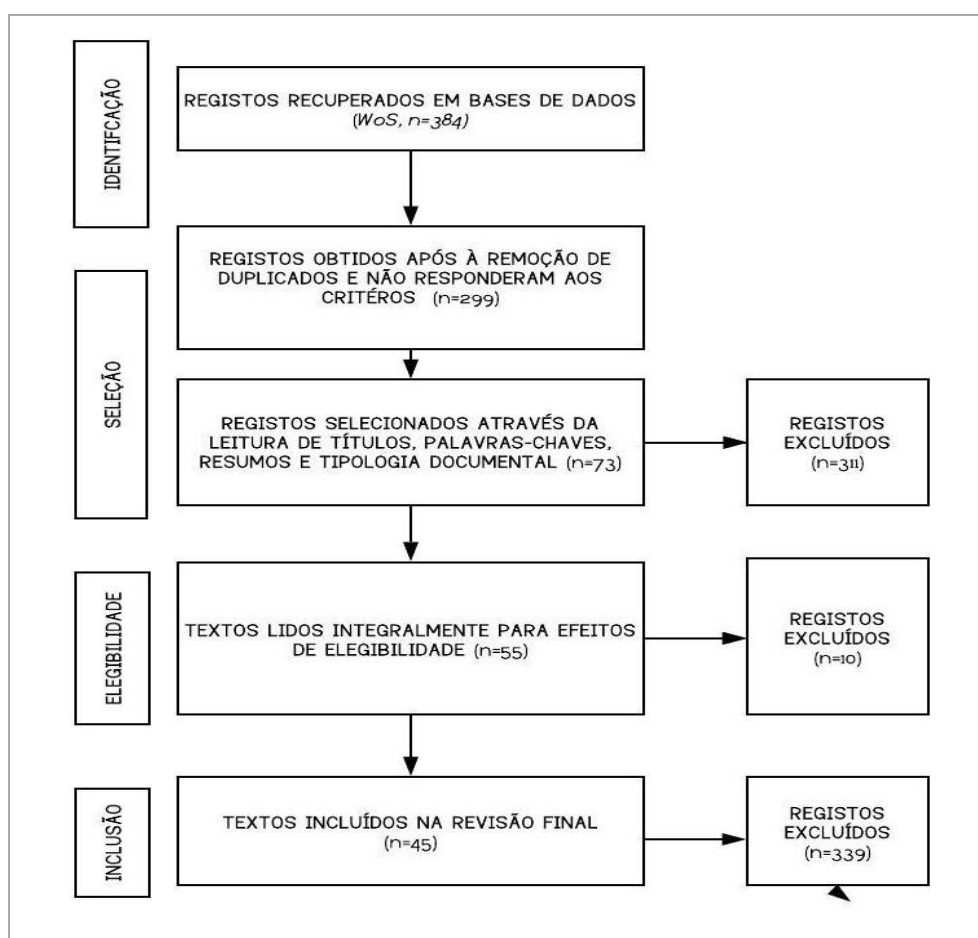


Figura 1.3. Registos para a revisão de literatura (fonte: Lucidchart).

Recuperámos um total de 384 artigos, conforme exarado na Figura 1.4. Com base na análise do título e resumo, 311 registos foram excluídos, por não corresponderem ao tópico em estudo, por terem devolvido a tipologia documental não requerida (capítulo em livro, notas, artigo de conferência e data *paper*) e por a data de publicação não corresponder ao parâmetro estipulado. A amostra consiste em 45 artigos, que correspondem aos critérios de elegibilidade deste estudo. Os artigos recuperados encontram-se em inglês, devido aos critérios de pesquisa do programa *Web of Science*.

### 2.1.8. Síntese de resultados

Fez-se uma seleção de artigos publicados entre 1994 e 2019 sobre o tema *Linguistic Landscape*, em português: “Paisagem Linguística”. Como poderemos observar através do Figura 1.4., abaixo, houve uma crescente investigação sobre este próprio tema, principalmente a partir do ano 2003, com o seu pico em 2017.

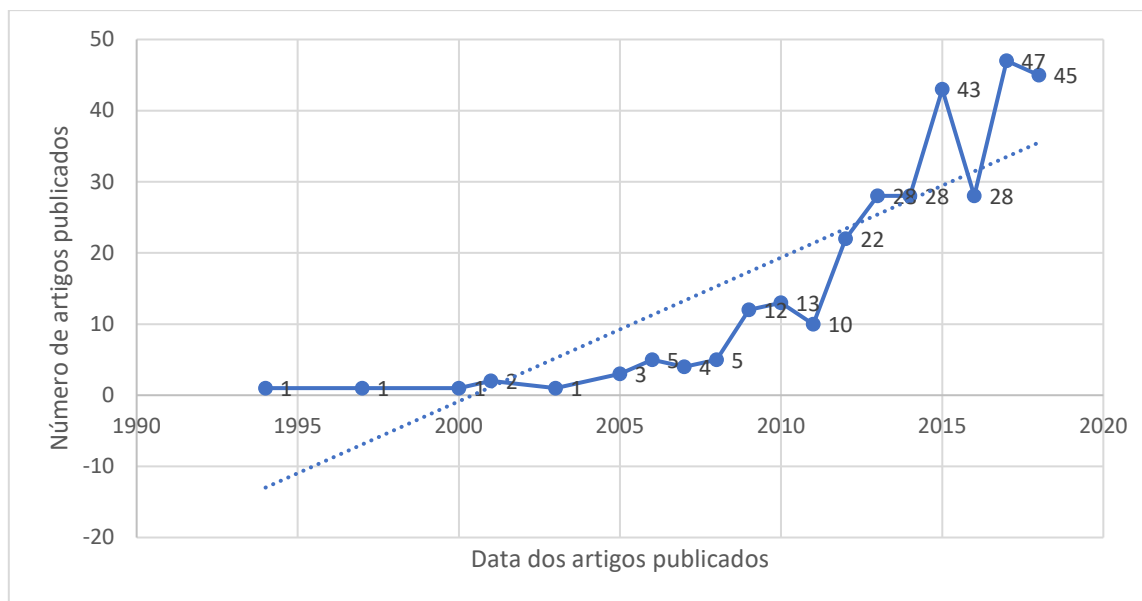


Figura 1.4. Síntese de trabalhos sobre "Linguistic Landscape" ano/número de publicação.

## 2.2. Fundamentos teóricos sobre Paisagem Linguística

As informações presentes sobre “Linguistic Landscape” contêm capitais simbólicos, que em Bourdieu<sup>1</sup> se referem à expressão cultural, mediadores da interação entre os agentes informadores e os consumidores, podendo integrar variações linguísticas em função dos contextos onde tais capitais se integram. Dependendo das características da atividade socio-cultural que ocorre nos cenários diversos onde a paisagem linguística está presente, podemos observar maior ou menor densidade, maior ou menor diversidade de recursos, diferentes meios, gêneros e formas que moldam essa paisagem. Cenários constituídos pelas relações estabelecidas fundamentalmente por recursos linguísticos que servem o processo de comunicação.

O facto de a cidade ser recorrentemente referida no discurso sobre a paisagem linguística, assenta na razão de a cidade constituir referência de produção cultural resultante de dinâmicas socio-históricas que vão construindo identidades culturais próprias, referenciadoras da vida socio-económica em que os recursos linguísticos constituem mecanismos de mediação simbólica fundamentais para a organização e ordem da vida social. Enquanto estrutura viva, reflete dinâmicas sociais que organizam estruturas sociais mais ou menos complexas, refletindo expressões próprias e caracterizadoras de uma paisagem que comunica capitais culturais no espaço físico e social. Essa paisagem socio-histórica é também paisagem cultural e linguística

<sup>1</sup> Bourdieu (1983), ao enunciar a tipologia de três categorias de capital – capital cultural, capital social e capital económico -, refere uma quarta forma de capital, o simbólico, correspondente à expressão do contexto social de cada uma das três categorias.

formada por capitais linguísticos dispostos organizadamente para responderem às interações das pessoas, cujas experiências, motivações, condições e estilos de vida são diferenciados.

A partir da análise da paisagem linguística, podemos compreender a sua forma implícita de política linguística pela sua relação com a prática linguística. A análise da paisagem linguística surgiu como uma coleção de abordagens para entender como o mundo material é simbolicamente construído através do uso da linguagem visual (Ben-Rafael, E. Shohamy, 2006). Damo-nos conta que grande parte dos autores, Luk Van Mensel, Mieke Vandenbroucke, Kellie Gonçalves, (cf. Kellie Gonçalves 2012), apresentam a definição de paisagem linguística usada por Landry e Bourhis (1997), como sendo:

(...) língua de sinais públicos rodoviários, painéis publicitários (billboards), nomes de ruas, nomes de lugares, placas de lojas comerciais, placas públicas em edifícios do governo que combinam para formar a paisagem linguística de um dado território, região ou aglomeração urbana.

A paisagem linguística é caracterizada pela presença e disponibilidade da (s) língua (s) em espaço público.

Segundo Shohamy, a definição da paisagem linguística, empreende-se:

(...) como um domínio dentro da linguagem no espaço público; refere-se à linguagem específica que objetos marcam na esfera pública. Exemplos de paisagem linguística são placas de trânsito, nomes de lugar, ruas, nomes de edifício, locais e instituições, painéis publicitários (outdoors), cartões comerciais de visita, bem como rótulos, instruções e formulários públicos, nomes de lojas e placas públicas (Shohamy, 2006:112).

O campo da paisagem linguística é também referido por Backhaus (2007:3) como

(...) uma subdisciplina da sociolinguística relativamente recente, para a qual poucos estudos foram feitos”. Para Durk Gorter (2014:14) a “Paisagem Linguística refere-se a qualquer exibição de linguagem escrita que seja visível. Os sinais fazem parte da decoração textual que nos cerca todos os dias, enquanto caminhamos ou conduzimos pela cidade.

Dailey, Giles & Jansma, (2005:16), referem que a paisagem linguística integra mais do que os sinais exteriores e sinais interiores de comércio e negócios, que se repetem em particular nas cidades, onde a língua está presente na construção do espaço urbano. Deve compreender outros aspetos como avisos que recebemos em casa, as línguas ouvidas na televisão, as línguas ouvidas ao passear na cidade e até mesmo quando os professores falam aos alunos na sala de aula.

As mudanças observadas na segunda metade do Séc. XX, de modo mais acelerado nestas primeiras décadas do séc. XXI, em particular acentuando os processos de mobilidade geográfica e social, determinaram um crescimento de utilização de formas diversas de informação e comunicação, em que os instrumentos linguísticos ganham evidente visibilidade,

mobilizando a atenção dos estudiosos da Linguística para o domínio do conhecimento da paisagem linguística. Kallen (2010:5), propõe que:

(...) em vez de ver a paisagem linguística como um sistema único, proponho analisá-la como uma confluência de sistemas, observável em um único campo visual, mas operando com um certo grau de independência entre os elementos. O que dá à paisagem sua aparência discursiva e, às vezes, caótica, é que esses sistemas não estão hierarquicamente aninhados um no outro. Alguns dependem de outros (ex. Certos tipos de grafite ou adesivos colocados em outros letreiros), e alguns (ex. Lixo) envolvem pouco planejamento consciente e considerável independência espacial.

Tradicionalmente, os estudos de paisagem linguística controlam informação sobre sinais bilíngues ou multilíngues como ponto de partida para obter “questões importantes sobre o multilinguismo e línguas em contacto” (Backaus, 2007, 1), dentro de um espaço particular, seja uma nação (Coupland, 2010; Macalister, 2010; Sloboda, 2009), cidades (Shohamy et al., 2010), bairros (Papen, 2012) ou uma combinação das três hipóteses. Em muitos casos, isso foi feito de forma a abordar as questões macro da política de língua e investigar os sinais *top down* (Bem Rafael, 2009; Coupland, 2010) do domínio público.

Esta divisão de estruturas espaciais é baseada na noção de “quadros de discurso” de Goffman (1974).

Adam Jaworski e Crispin Thurlow editaram o primeiro volume importante sobre este tópico, preferindo adotar o termo “paisagens semióticas” a linguísticas porque aspiram enfatizar a maneira como o discurso escrito interage com outras modalidades discursivas: imagens visuais, comunicação não verbal, arquitetura e ambiente construído.

Muitos outros estudos olham para os sinais comerciais, nomes de ruas e sinais públicos. No entanto, os estudos mais recentes sobre este tema englobam a política de língua como uma nova forma de investigação.

O campo da paisagem linguística tem duas funções básicas, nomeadamente a informal e a simbólica. A informal remete para as características linguísticas e os limites geográficos de um grupo particular e também provém de uma linguagem particular de um dado território. A função simbólica envolve a percepção de membros de um grupo de idiomas que incorpora valores e *status* dos seus idiomas com outros idiomas (Landry, R; Bourhis, 1997).

Estes sinais, acima referidos, poderão ser públicos ou privados, ou também designados por sinais oficiais ou não oficiais, sendo:

(...) entre o que está escrito pela autoridade (nomes de ruas, placas com regras de trânsito) e o que é escrito pelos cidadãos (nomes de lojas comerciais, graffiti, comércio, etc.). Existem duas diferentes formas de marcar o território, dois tipos de inscrições no espaço urbano (Calvet, 1990).

Os sinais das cidades têm outras propriedades físicas que os distinguem de outras linguagens escritas: têm de ser visíveis, mesmo à noite, com a sua forma de iluminação e representação. Os sinais que constituem a paisagem linguística em apreço neste estudo são os sinais privados, também designados por “não oficiais”, por serem do domínio comercial e não serem definidos por entidades oficiais (como câmaras municipais, por exemplo).

De acordo com os estudos sobre a paisagem linguística, as placas publicitárias podem ser caracterizadas pela sua multimodalidade e divididas em duas categorias distintas: *top-down* e *bottom-up*. Segundo Shohamy (2006), as placas *top-down* representam itens distribuídos por toda a localidade.

### **2.3. Metodologias aplicadas**

Grande parte destes estudos subdividem-se em dois conjuntos: entrevistas e fotografias (cf. por exemplo Gonçalves, Kellie, 2012; Kasanga, Luanga, 2012), ou a aplicação de questionários e fotos (Bruyèl-Olmedo, Antonio, Juan-Garau, Maria, 2010; Blommaert, Jan 2014) bem como análise quantitativa e qualitativa e/ou mistas apenas com fotografias (Luk Van Mensel, Mieke Vandenbroucke, 2016; Shiohata, Mariko, 2012) ou recolhendo informação através de sites, com uma combinação qualitativa/quantitativa (Kotze, Chrismi-Rinda, du Plessis, Theodorus, 2010), até mesmo apenas análise qualitativa de fotografias (Maly, Ico, 2016) e apenas análise quantitativa de fotografias de sinais (Ben-Rafael, Eliezer; Shohamy, Elana, et. al 2006).

A pesquisa sobre o tema paisagem linguística baseia-se no depósito geral de métodos disponíveis em Linguística Aplicada e Sociolinguística. A sua principal inovação está no método típico de coleta de um grande número de fotografias, possibilitado pela tecnologia digital acessível.

O desenvolvimento metodológico deste campo poderá ser ilustrado com o largo número de estudos sobre paisagem linguística desenvolvidos no País Basco, em Espanha. Cenoz e Gorter (2012), inspirados pelo trabalho feito em Israel, apresentando uma primeira pequena escala de estudos na cidade de Donostia-San Sebastián e contendo um inventário sistemático de todos os sinais observáveis na cidade. Referiram, também, o exemplo de Rosenbaum (1967), que se focou em apenas uma cidade e apropriou o código-esquema de Ben-Rafael et al. (1998). A sua amostragem quantitativa sistemática teve como vantagem uma confrontação possível da distribuição das línguas nos sinais e nos diferentes padrões do multilinguismo.

A quantificação de sinais em Tóquio, por Backhaus (2007), continha apenas sinais com a presença de mais do que uma língua. O mesmo definiu “sinais” como “qualquer pedaço de texto escrito dentro de um quadro espacialmente definível” (p.66; traduzido por mim).

A abordagem quantitativa-distributiva do multilinguismo no estudo da paisagem linguística foi seguida por vários pesquisadores, incluindo Coluzzi (2009), Edelman (2006), Gorter (2009), Lado (2011), Lai (2012) e Muth (2012), entre outros. A análise dos dados quantitativos é frequentemente sustentada por uma análise qualitativa como parte dos seus estudos. Cenoz e Gorter (2006) aplicaram uma perspectiva comparativa internacional porque usaram procedimentos de amostragem idênticos. A sua análise baseia-se em duas regiões europeias contendo um idioma minoritário (basco ou frísio), um idioma do estado (espanhol ou holandês) e o inglês como idioma global.

Outra metodologia inovadora provém da colaboração interdisciplinar de linguistas e economistas no SUS.DIV, uma rede europeia de excelência sobre o desenvolvimento sustentável num mundo diverso. Uma equipa de investigadores explorou a possibilidade de usar modelos econométricos para analisar a paisagem linguística e a importância de uso ou não uso dos sinais (Cenoz & Gorter 2009; Nunes, Onofri, Cenoz & Gorter, 2008; Onofri, Nunes, Cenoz & Gorter 2010). Neste estudo, aplicaram um método de avaliação contingente, em que as pessoas foram convidadas, em entrevistas de rua, a responder a questionários padronizados.

Num estudo recente, Kopinska (2011), tentou outra abordagem metodológica criando um ambiente semi-experimental para testar a hipótese de que as práticas de linguagem podem ser influenciadas pela linguagem usada nos sinais.

Barni e Bagna (2009) aplicaram um método de mapeamento quantitativo da paisagem linguística, através de um programa informático. A ferramenta de pesquisa utilizada foi *MapGeoLing*. Esta aplicação pode fornecer uma descrição detalhada de todos os sinais numa cidade. Este programa tem a possibilidade de adicionar códigos às fotografias, de acordo com o género de texto, domínio, contexto e características linguísticas.

Outro estudo qualitativo foi realizado por Leeman e Modan (2010), expandindo a sua investigação além da análise quantitativa, de forma a atender ao contexto linguístico e ao espacial dos sinais escritos. Focaram-se no significado das línguas presentes nos sinais.

Taylor-Leech (2012) fizeram uma análise qualitativa próxima, de forma a analisar a língua escolhida na paisagem linguística de Dili, em Timor-Leste, examinando sinais que ilustram características gramaticais icónicas, de forma a demonstrar a relação existente entre a paisagem linguística e as relações sociais, económicas e políticas.

Garvin (2010) usou a técnica qualitativa com base em entrevistas, interagindo com os transeuntes, de forma a verificar qual a perspectiva sobre a paisagem linguística ao longo da cidade.

Mitchell (2010) demonstrou o valor da triangulação de diferentes métodos, combinando a análise de discurso de recortes de jornais, as línguas faladas na cidade e a análise quantitativa de fotografias da paisagem linguística.

Bogatto e Hélot (2010) combinaram o método quantitativo e qualitativo em Estrasburgo.

Dray(2010) utilizou o método de pesquisa qualitativo na Jamaica e Lou (2010) fez uma análise geosemiótica dos sinais comerciais, com entrevistas aos residentes e um trabalho de campo de cariz etnográfico em Washington. Papan (2012) relacionou a análise textual e visual de sinais com entrevistas com produtores de letreiros, sejam de lojas ou artistas de cidade residentes em Berlim. Os resultados destes estudos baseiam-se num conjunto de dados empíricos não aleatórios e seletivos, podendo iluminar a relação entre os sinais com questões de multilinguismo e características sociais, económicas e políticas.

A maior parte dos estudos sobre o tema em apreço – paisagem linguística – apresentam uma metodologia que se define pela recolha de fotografias e aplicação de inquéritos. Para tal, importa-nos olhar para Sociolinguística, Sociologia e Linguística como ramos de estudo distintos, mas que se complementam.

### **3. Fundamentos Sociológicos**

#### **3.1. A globalização e o turismo**

A globalização permite que haja mais contacto entre culturas em períodos mais curtos (Alves, 2001). Para abordar este tema, não poderemos esquecer de citar Marx:

Enquanto que o capital, por um lado, deve tender a destruir toda barreira espacial oposta ao comércio, isto é, ao intercâmbio, e a conquistar toda a Terra como um mercado, por outro lado tende a anular o espaço por meio do tempo, isto é, reduzir a um mínimo o tempo tomado pelo movimento de um lugar a outro. Quanto mais desenvolvido o capital, quanto mais extenso é, portanto, o mercado em que circula, mercado que constitui a trajetória espacial de sua circulação, tanto mais tende simultaneamente a estender o mercado e a uma maior anulação do espaço, através do tempo. [...] Aparece aqui a tendência universal do capital, o que o diferencia de todas as formas anteriores de produção (o grifo é nosso) (Marx, 1985: 83).

Os vários aspetos da globalização complementam uma nova realidade não apenas histórica, como também sociológica. Segundo Anthony Giddens (Giddens,1999:45), o termo “globalização” poderá não ser “muito elegante ou atrativa (...) mas ninguém, que pretenda progredir neste final de século a pode ignorar”. Estamos a falar do final do século XX. O autor diz-nos que a globalização é análoga à liberalização do comércio, procurando destituir sistemas

de segurança social e diminuir gastos públicos. O que poderá estar a acontecer será um regresso ao século XIX, onde já existia uma economia global. Giddens, diz-nos ser um erro achar que a globalização só diz respeito a grandes sistemas, por exemplo a ordem financeira mundial. Ou seja, a globalização não é afastada do indivíduo;

É também...

(...) um fenómeno «interior», que influencia aspetos íntimos e pessoais das nossas vidas. Teremos de admitir que não é um processo simples, trata-se de uma rede complexa de processos e para a maioria das pessoas este termo, trata-se apenas de uma «troca» de poder ou influência, das comunidades locais ou das nações para a arena global. “É através da globalização que surge o reaparecimento das identidades culturais em diversas partes do mundo (Giddens, 1999:24)

...como resposta às ameaças de perda de capital simbólico cultural.

Ainda em torno deste aspeto da Globalização, surge o termo “Mundialização”, em que Philippe Moreau Defarges (1993), distingue-os mostrando que a primeira “vai para além da geografia, insistindo nas ligações, nas interações entre ramos do saber humano e entre problemas. Já a “Mundialização” tem um sentido primordial geográfico, referindo-se á unificação do espaço terrestre.

O mesmo autor faz uma analogia entre os termos “Mundialização” e “regionalização”, pelo que passamos a citar:

Mundialização e regionalização não representam, à partida, duas componentes da internacionalização. São igualmente duas visões possíveis da ordem económica internacional, apostando a primeira na universalização do mercado, imaginando a segunda uma partilha da Terra em grandes espaços (Europa, América, ásia-Pacífico...), reivindicando mais ou menos a sua especificidade face ao exterior. A mundialização supõe e exige um crescimento económico suficientemente vigoroso e amplo para integrar progressivamente toda a humanidade na «máquina planetária». A regionalização responde à procura de espaços controlados, que amortecem ou procurem amortecer as variações dos fluxos globais (Defarges Philippe Moreau, 1993; 78:140).



Figura 1.5. Comércio no Funchal no séc. XIX (Klut, 2019).

Como podemos verificar, através da Figura 1.5. *supra*, era já evidente, na paisagem linguística do Funchal, no final do século XIX, a presença de elementos indiciadores do processo de globalização, com expressões evidentes da existência de estabelecimentos comerciais com letreiros em inglês, mas também remetendo para outras culturas, como: “Africa (...)”, “Havaneza” (que nos remete para Havana), tendo como informação suplementar em inglês, por exemplo: “Hand made”; “Handy House”; “Drawn-Work”.

A obra de Vitor Gomes, intitulada *O Comércio no Centro do Funchal*, mostra-nos que “existe uma grande diversidade de ramos, bem como, uma grande heterogeneidade a nível de produtos e estruturas empresariais”. Conta-nos também que houve uma evolução nas últimas três décadas antes do ano 2000, havendo alterações em termos económicos e empresariais, até mesmo a nível espacial. No que respeita a fatores sociais e económicos, o mesmo autor defende que essas transformações se devem a: “aumento da mobilidade e da taxa de motorização; crescimento demográfico das periferias urbanas; transformações registadas em termos laborais, com liberalização de horários de trabalho, aumento do trabalho feminino, aumento dos tempos de lazer e da consciência do melhor uso do tempo” (Vitor Gomes 2000:20).

Ainda sobre o assunto que respeita à geografia do comércio e sua distribuição, Barata Salgueiro (1996:19), estabeleceu três vertentes, mais precisamente: “padrões de localização; estruturas de distribuição e hábitos de consumo”. “O comércio exerce assim um elemento fundamental da vida da cidade, constitui um foco importante na construção urbana e exerce grande influência na morfologia e no funcionamento das cidades. As especificidades e características de cada cidade, podem passar também pelas suas atividades comerciais.” (Vitor Gomes, 2000:20).

Poderemos também salientar que as mudanças nos hábitos de consumo e nos comportamentos por parte dos consumidores, desempenham um papel importante nas estruturas do comércio: “O Comércio revela a particularidade de, enquanto reflexo da sociedade num mundo de criatividade e mudança (...)” (Vitor Gomes 2000:21).



Figura 1.6. Comércio em Santa Cruz de Tenerife meados 1900.

A Figura 1.6., supra apresentada, mostra-nos uma imagem do comércio em Santa Cruz de Tenerife, referente ao início do século XX, poderemos verificar o nome do estabelecimento comercial que é designado por “Maison Alexandre”, ou em português “Casa Alexandre”. Mais à frente, iremos constatar, através da análise e discussão dos dados, que não existe presença da língua francesa em Santa Cruz de Tenerife.

Não nos é possível falar de comércio sem termos presente a questão do turismo e globalização. No que respeita à evolução do turismo na Madeira, João Manuel de Lemos Baptista diz-nos que este é o setor mais globalizado a seguir ao setor financeiro. O mesmo autor (Lemos, 2005:17) diz-nos que não existe uma definição geral de turismo. Assim sendo, teremos de ter em conta os seguintes aspetos:

Necessidades e motivações dos turistas; seleção de destinos, perante restrições; viajar para fora de casa; interação entre visitantes e os que atuam do lado da oferta turística; impacto sobre os turistas, comunidade, economia e ambiente; O turismo é gerador de alterações ambientais e sociais (Lemos, 2005:21).

Ainda sobre o conceito de turismo, Marco Gomes mostra-nos que “*poderá ser discutido adoptando a perspectiva da “oferta” ou da “procura”*”. O mais correto, segundo o mesmo autor, é adotar o lado concetual (como instrumento teórico que distingue características, com abordagem antropológica) e a segunda como “técnica” (divulgação da informação e tratamento estatístico e legislativo) (Gomes, 2019:40).

Logo após a descoberta da ilha da Madeira, no século XV, o turismo prosseguiu nos séculos seguintes, notemos que, dado à posição geográfica e ao clima, esta ilha era denominada por “a ilha dos amores”, “a recanto do paraíso”, “a pérola do atlântico”. Atualmente, é

considerada melhor destino insular do mundo desde 2015 a 2018 e em 2013, 2014, 2016, 2017, 2018 e 2019, foi premiada como o melhor destino insular da Europa.

Mourão Pitta (Mourão Pitta, 1859), afirmava que: “Somos visitados anualmente por centenas de ingleses, alemães, muitos russos, e muitas centenas de outras nacionalidades, excepto franceses (...).” [sic] Ainda sobre a sazonalidade, poderemos dizer que depende das correntes turísticas em determinadas alturas do ano, tendo que ver com as condições climatéricas, época de férias, hábitos, profissões, idades, entre outros.

Para além da Madeira ser o melhor destino insular do mundo, pela quinta vez consecutiva, segundo o *World Travel Award* (2015-2019), a procura desta ilha por parte dos turistas deve-se a vários motivos, passo a citar Marujo:

São inúmeras as motivações que levam o turista a praticar um turismo cultural na Madeira. Pode ser pela gastronomia típica madeirense, pelo artesanato, pelas festas, pelas visitas ao património arquitetónico e aos museus ou pelas manifestações culturais (danças e cantares típicos). De facto, o turismo cultural da região compreende uma infinidade de aspetos que podem ser explorados para atração dos visitantes (Marujo, 2013:10).

### **3.2. A construção simbólica dos recursos linguísticos**

Os recursos linguísticos constituem o principal mecanismo de mediação simbólica no espaço da interação social onde se estrutura a paisagem linguística. Nos usos linguísticos e nas relações estabelecidas nesse espaço, onde o capital simbólico assume a existência de expressões de ajustamento humano na sua dimensão social, torna-se uma exigência fulcral compreender os fundamentos culturais e sociais que determinam os recursos linguísticos constantes na expressão da paisagem linguística, porque funcionam como um cenário de comunicação, onde os atores sociais, na sua interação, estabelecem relações de comunicação.

Nos debates científicos contemporâneos, no espaço das ciências sociais e humanas, o conceito de *habitus*<sup>2</sup>, desenvolvido por Bourdieu (2002), tornou-se uma ferramenta teórica de referência da moderna teoria social por propor uma nova teoria da prática, contribuindo para uma melhor compreensão do mundo social. Refere-se à incorporação física do capital cultural<sup>3</sup>, aos hábitos, gostos, habilidades e disposições profundamente sedimentadas pela experiência de vida e que induzem condutas, ideologias e motivações.

---

<sup>2</sup> “Sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de perceções e de ações – e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas. (Bourdieu, 2002, p.167)

<sup>3</sup> Bourdieu (2010) distingue quatro diferentes espécies de capital, entre os quais: o capital social, cultural, económico e simbólico. O capital cultural é constituído pelos conhecimentos apreendidos no processo educativo em geral integrando a subespécie do capital linguístico, formulador do conceito de *habitus* linguístico.

A pertinência de utilização do conceito de *habitus* na compreensão da paisagem linguística assenta no facto de permitir explicar o funcionamento das formas de dominação e poder, no que respeita às estruturas sociais utilizadas, de forma a apresentar a construção do *habitus* linguístico (Bourdieu (1983), tendo presente o conceito de *habitus* por ele definido. Poderemos, por isso, dizer que estes fatores variam em função de diferentes categorias sociais, classes sociais e grupos sociais, bem como a nível de escolaridade, faixa etária e género. O mesmo autor defende que este mesmo conceito é “criador”, “convergente” e “classificador”, pois os agentes que o integram, em determinado espaço social, têm capacidades e disposições nele apreciadas. Podemos também dizer que este conceito trata de “esquemas de perceções que, desde o nascimento, os indivíduos incorporam nas suas trajetórias de vida e que, portanto, condicionam os sentidos de suas ações” (Bourdieu, 2002). Afirma, ainda, que a realidade social é para ser vista como uma interconexão, mais ou menos autónoma, através de campos de factos sociais estruturados por relações desiguais de poder entre as categorias de participantes. Daí não basear as suas explicações numa visão meramente estruturalista, onde os indivíduos são meros atores condicionados pelas estruturas sociais, nem o contrário, onde as ações dos indivíduos refletem ampla liberdade nas escolhas das suas ações. A sua teoria da prática considera que as posições dos atores sociais gozam de uma relativa autonomia sustentada nos esquemas de perceções que os indivíduos incorporam nas suas trajetórias de vida desde o nascimento, o *habitus*, mas dentro de campos que organizam o espaço social. Cada campo é para ser analisado pela sua própria dinâmica, que afeta e é afetada por outros campos vizinhos. O capital cultural, que sustenta o valor simbólico na expressão linguística que constrói a paisagem, organiza-se em espaços sociais que estruturam relações objetivas com intencionalidade, por pessoas com as suas próprias experiências, motivadas em contextos culturais, educacionais, económicos, políticos, históricos, entre outros, a que Bourdieu (2002), na sua noção de *habitus*, designa de *campos*, dentro das suas próprias redes sociais. Assim, no contexto da mediação, quando uma língua reflete simbolicamente determinadas disposições incorporadas para mediar um processo de informação/comunicação, reflete um *habitus* linguístico (Bourdieu, 1983). Quando observamos uma paisagem linguística reflexo da interação de uma população residente e público estrangeiro, observamos uma relação desigual de poder. A sua compreensão remete-nos para o conceito de *habitus* linguístico, permitindo-nos dar conta do cuidado na forma de representação de expressões linguísticas, no nosso caso, projetando poder simbólico dos restaurantes e menus dos seus produtos para o público consumidor. Para Bourdieu (2001), a simbologia dos sistemas, seja a arte, a religião, a economia ou a língua, representa estruturas estruturantes com instrumentos de conhecimento e de

comunicação. Exercem um poder estruturante, pois são estruturados. Na estrutura social, observam-se lutas simbólicas, onde agentes sociais, produtores de bens simbólicos, procuram conquistar a adesão dos que consomem esses bens. Porque os símbolos são os instrumentos por excelência da integração social, são também instrumentos de conhecimento e de comunicação, onde o poder simbólico do produtor exerce tensão sobre o consumidor para a sua adesão.

As preocupações da investigação sociológica, na procura de explicações para entendermos a capacidade humana de formação de símbolos, tiveram também o contributo de Norbert Elias (2002), através do seu último trabalho, preparado para publicação em vida, no qual relaciona uma cidade e o seu mapa como algo existente e simbolicamente representativo. O autor defende que existem diferentes categorias de representações simbólicas, uma das quais, por exemplo, as línguas. No entanto, estas representações, quando estão em forma de frases, tornam-se mais complexas, pois poderão representar um significado simbólico numa totalidade ou apenas de um simbolismo parcial. O que não possui representação simbólica, numa língua de uma determinada sociedade, torna-se desconhecido para os seus membros, não fazendo parte do seu *habitat*. Assim sendo, há um cuidado evidente na utilização de símbolos em forma de linguagem, que constituem um mecanismo para a integração do público que visita determinado espaço, daí o contexto multilingue.

Outro autor, que se empenhou na compreensão da força da língua, enquanto instrumento fundamental de mediação simbólica, em particular, dedicando-se ao domínio da semiótica, com o foco no simbolismo de marca, foi Michel Foucault, cujo estudo fundamental para o assunto em apreço, é publicado em 1966, com o título original *Les Mots e les Choses*.

Foucault (1991) diz que as marcas dependem intrinsecamente das semelhanças e que estas recebem uma marca de forma intermediária dessa mesma semelhança, linguagem que integra grande parte destas similitudes e marcas. Refere (1991, 82) que “Não há semelhança sem marcas. O mundo do similar não pode deixar de ser um mundo marcado” e que “o saber das similitudes se funda no levantamento destas marcas e na sua decifração”. As marcas são representações sociais que constituem mecanismos de construção da realidade social, dependendo sempre dos critérios que cada indivíduo partilha quanto à posição social/status/grupo ou à sociedade a que pertence. O mesmo autor salienta ainda que a partir da crítica das ideologias, inicialmente a ideia era de que a forma ideológica se mostrava como um revestimento, uma capa da dominação (poder). Agora, é a própria dominação (poder) a ser considerada a fonte da linguagem e das formas culturais.

Goffman (1993) refere que, através da ação da análise social, é determinada a unidade de apresentação própria de cada parte dos atores. Esta abordagem é privilegiada por

investigadores que trabalham na importância contemporânea de comunidades étnicas que aspiram a afirmar-se na cena pública. A sua apresentação inclui a atividade linguística e está vinculada por estratégias de inclusão e exclusão solicitadas por membros para identidades primordiais. A noção da sua apresentação implica de todo o modo a possibilidade desse comportamento ser determinado por considerações e cálculos de atores. A análise de quadros foi retomada como uma perspectiva analítica produtiva em incontáveis contextos sociais e institucionais. Este aspeto aponta para a hipótese associada a Boudon (1990). As representações sociais compreendem dinâmicas diferentes em cada contexto social.

Boudon (1990) parte da premissa de que a ação social é explicada por considerações racionais suplentes – a que chama de *boas razões* – por parte dos atores. Seguindo o princípio do individualismo metodológico<sup>4</sup>, as considerações dos atores – materiais bem como expressivas – tudo informa sobre escolhas determinadas por interesses em metas atingíveis.

Habermas (2010) fala da ação comunicativa e da ação estratégica, através dos atos ilocutórios, ou atos de fala. Iremos considerar que a linguagem escrita como veículo de comunicação poderá ser encarada da mesma forma. Para o autor, existem diferentes tipos de interação e estes distinguem-se pela função do mecanismo de coordenação de ações, consoante a linguagem natural seja utilizada apenas como *medium* para a transmissão de informação ou integração social. Poderemos, por isso, dizer que a forma como os sinais públicos estão representados funcionam como *medium* para a angariação de possíveis clientes, dependendo da forma como se apresentam.

Habermas (2010) considera que os tipos de interação são a ação estratégica e a ação comunicativa: nestes mecanismos, a força que estabelece consensos de *entendimento* linguístico (energia da própria linguagem) atua em prol da coordenação de ações. O efeito coordenador permanece dependente de uma influência, levada a cabo como mediador de atividades não linguísticas. Ambos os mecanismos, de acordo com os participantes, são do entendimento motivador de convicções e influência indutora de comportamentos.

Louis Althusser (1998:13) “Cada sociedade necessita de ideologias que garantam uma base de consenso e a coordenação das motivações e das diversas formas de agir dos seus membros, colocando os indivíduos em condições de “responderem às exigências das suas condições de existência”.

Os indivíduos vivem as suas ações no interior da ideologia, e todas as suas relações sociais, a sua vivência histórica e as suas relações com o mundo são mediadas pela ideologia.

---

<sup>4</sup> O princípio segundo o qual todo o fenómeno social deve ser concebido como resultado da agregação de ações individuais

Além de mediação de tais relações, também se exprime na ideologia a dimensão do imaginário individual e coletivo.

Cada uma das hipóteses *supra* mencionadas acarretam significância para o tema da Paisagem Linguística e investigação:

- a) Desde a perspectiva de Bourdieu, a relação de diferentes códigos em Paisagem Linguística – em que um predomina e o outro detém, mas de importância secundária, caso existam – poderá ser explicável em termos de poder de relações entre grupos dominantes e grupos subordinados.
- b) Desde a própria apresentação de perspectivas primordiais, poderemos hipoteticamente afirmar que as marcas da identidade das comunidades poderão ser encontradas através da Paisagem Linguística, como meio de interação social. A atividade e a influência expectável dos sinais e seus eventuais clientes (observadores) funcionam como meio de cooperação, através de uma ação estratégica de *sedução*, através de um «agir social».

Tal, poderemos constatar, através da Figura 1.7., *infra* apresentada.

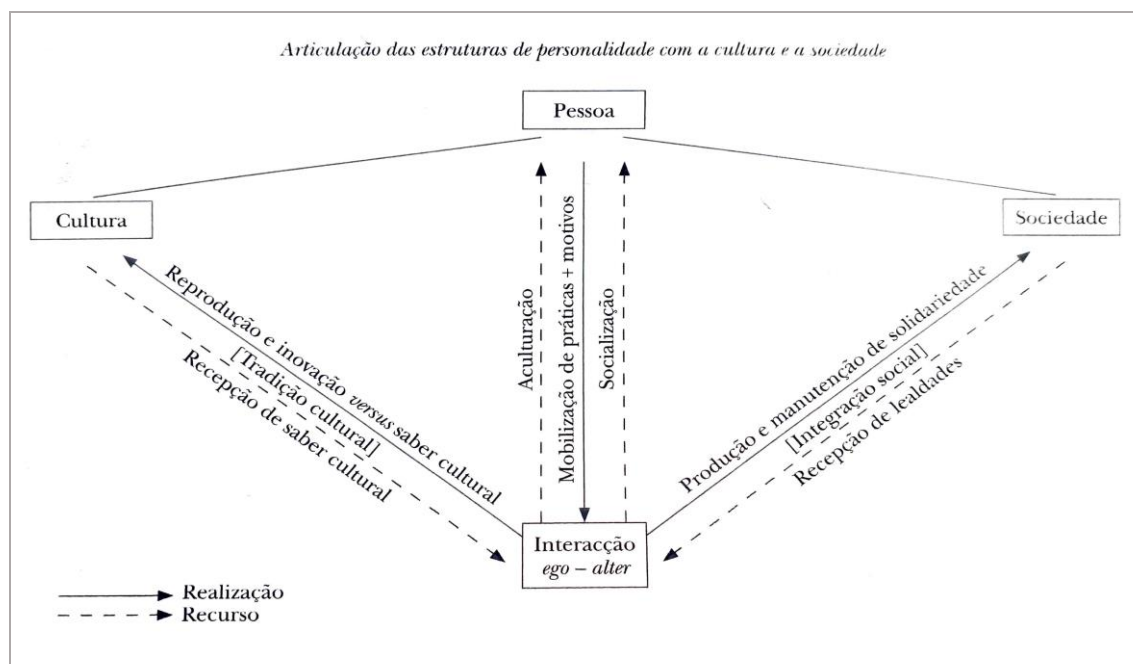


Figura 1.7. Articulação das estruturas de personalidade com a cultura e a sociedade (Habermas, 2010).

A Figura 1.7., mostra a relação existente entre o indivíduo e a interação perante a sociedade e a cultura. Poderemos constatar que estão intrinsecamente ligados, pois a “pessoa”/o indivíduo atua/interage por meio de aculturação/socialização, em que existem duas componentes fundamentais: a) solidariedade/integração social e b) recepção do saber cultural.

Tradicionalmente julgava-se certo de que os pensamentos ditavam a escolha das palavras. Modernamente, a opinião é de que o contrário é que é verdade (Benjamim Whorf) – um padrão socialmente aceite de emprego das palavras é frequentemente anterior a certas formas culturalmente aprovadas de pensamento e de comportamento. O vocabulário e a gramática influenciaram a nossa maneira de encarar a vida, os nossos semelhantes e o mundo que nos cerca: as palavras ajudam-nos a moldar os pensamentos. Os seres humanos adquirem conhecimento considerável através da experiência individual, mas sem o uso das palavras é excessivamente restrito porque a língua contém o sedimento depositado das experiências realizadas no decurso de muitas gerações (capital simbólico). Atualmente fala-se de linguagem, razão e conhecimento, levando a crer que três substantivos aludem a repartimentos autónomos da vida humana. Tal procedimento torna-se compreensível exclusivamente pela razão de sistematização dos estudos linguísticos. Quando elaboramos pensamento (razão), os três campos estão presentes. O que se observa é que, com o desenvolvimento das sociedades, o pensamento ganha maior expressão – evoluiu de pensamento em grupos para pensamento enquanto mecanismo do processo educativo, para pensamento fortemente individualizado onde o silêncio constitui requisito padrão. A tendência para o pensamento sem oralidade resulta do desenvolvimento da “instrução”.

As redes sociais, mais recentemente, estão sendo usadas para escrever sobre diversos assuntos, enunciar discursos para defender causas, informar sobre determinadas atividades *online* que compartilham os mesmos interesses. Do ponto de vista sociológico, a ideia que relaciona significativamente o indivíduo com a sociedade é a ideia do indivíduo como portador de atributos e modos de comportamento socialmente predeterminados. (metáfora de Shakespeare do palco de atores, versus ator que incorpora *habitus*).

Na perspectiva de Goffman (2002), a partir da linguagem pode analisar-se a imagem social que determinado sujeito em observação tem de si mesmo nos momentos de interação e a imagem que os outros, centrados no exterior, têm dele. Aqueles que habitualmente falam uns com os outros formam uma *comunidade linguística*, mas dentro dessa mesma comunidade, podem existir formas diferentes de falar para crianças, e adultos, homens e mulheres.

Crianças de diferentes origens sociais desenvolvem códigos ou formas de discurso, diferentes no começo da sua vida, que afetam as suas experiências de aprendizagem. Mais do que as diferenças de vocabulário ou de desempenho verbal, importa o diferente uso da linguagem que condiciona diferentemente crianças de estratos sociais diferentes.

As crianças de estratos sociais mais baixos usam discurso de código restrito – uma forma de uso da linguagem que contém muitas pressuposições não declaradas, onde quem fala espera

que os outros conheçam. Um código restrito é um tipo de discurso ligado a um contexto cultural ligado a uma comunidade de classe baixa. Há uma cultura de vida de comunidades de pequena dimensão onde os valores são tidos como evidentes e não são expressos em linguagem. A socialização que predomina é a primária. Em contrapartida, o desenvolvimento da linguagem das crianças de classe média envolve a aquisição de um código elaborado – um estilo de linguagem em que o significado das palavras pode ser *individualizado* para se adaptar às exigências de situações particulares (explicando a razão das coisas). As crianças podem expressar ideias abstratas mais facilmente (mais bem preparadas para a socialização secundária).

As crianças que adquirem códigos elaborados de discurso têm maior capacidade de lidar com as exigências da educação académica formal bem como as crianças de classe socioeconómica baixa, tendem a ser malsucedidas na escola.

Para que o uso da língua expresse de modo adequado a sua mediação simbólica, tem de estar presente a compreensão partilhada por parte das partes envolvidas. Uma conversa só ganha sentido se o contexto for claro (etnometodologia – Harold Garfinkel) (problema não resolvido de conversas entre humanos e computadores).

### **3.3. Cultura e Mudança Social**

As reflexões sobre os diversos aspetos da relação entre cultura e sociedade deixam claro que tanto a ordem simbólica como as estruturas sociais se encontram em constante transformação e que os processos de mudança, que caracterizam um ou outro nível, são interdependentes:

- Um das vezes são as transformações das expressões culturais que influenciam a transformação social;
- Outras vezes são as transformações sociais que afetam as expressões culturais;
- Ocorre ainda a simultaneidade dos dois processos que podem atuar em convergência ou divergência, dando lugar a dinâmicas socioculturais muito diversas entre si.

As mudanças nos sistemas dos significados culturais podem resultar das condições materiais externas do agir (mudança no espaço físico), mas também devido aos efeitos do próprio agir sob determinadas condições (novas tecnologias, novos recursos). Podem ainda ser o resultado da reflexão crítica sobre a memória coletiva a partir da qual, pela consciência dos erros, surgem abordagens novas, onde a criatividade também pauta.

- Porque a cultura não escapado às dinâmicas do mercado, as instituições que controlam o mercado dos produtos culturais, pelas novas formas de promoção, podem transformar aquilo

que é produzido. O conjunto das modalidades de organização de um grupo social e dos tipos de relações que existem no interior e entre diversos domínios de toda a sociedade. Assim:

- Na perspectiva analítica, o estudo da estrutura social de uma sociedade procura explicar a sua organização e o seu funcionamento, na disposição das suas várias partes (grupos e instituições), a sua coerência interna, as suas divisões e contradições.
- Na perspectiva comparativa, procura identificar os traços comuns e os diferentes entre várias sociedades concretas, com o fim de reagrupá-los em algumas grandes classes ou tipos.

Poderemos, por isso, dizer que entre os elementos que constituem o sistema há ordem, interdependência, carácter relacional. “Uma pluralidade de indivíduos que desenvolvem interações segundo normas e significados culturais compartilhados” Parsons (1937:42).

### **3.4. Linguagem, Comunicação, Cultura e Sociedade**

No que respeita à cultura e à sociedade, pode afirmar-se que a vida social é também vida cultural, considerando que a dinâmica cultural estrutura o conjunto de mediações simbólico-normativas próprias de um dado contexto social. Tomemos como exemplo o público turístico em território desconhecido, em que a sua intenção é conhecer a cultura e a sociedade desse mesmo território. Para tal, importa identificar como a ação humana se torna um facto inteligível, quando a colocamos em relação com um significado, esteja ele relacionado com uma intenção ou com as motivações subjetivas mais ou menos consciente da atuação do ator social, ou surja integrado como referência a modelos ou regras culturais próprias do contexto social onde ocorre a ação.

Não sendo fácil alcançar as motivações interiores das ações dos indivíduos, muitas vezes inexplicáveis pelos próprios, optamos por um sentido prático considerando os valores culturais que orientam a ação, identificando, interpretando e tomando como referência paradigmas de tipo funcional. A cultura, enquanto substituto do determinismo do instinto, não só assume as funções de orientação do indivíduo como também institui as condições de previsibilidade para que se torne possível a Ordem Social.

Pode referir-se a uma sociedade histórica concreta, a prevalência de formas de representação, a valores, a princípios normativos e a modelos de comportamento que apresentam entre si relativa coerência. Neste caso, podemos falar de um sistema cultural dominante que se distingue dos outros.

A linguagem torna-se, então, um produto, um meio e um modelo cultural, como forma de mediação simbólica universal e primeira fonte de socialização. O meio de comunicação por

excelência, integrando muitas formas além da forma linguística, embora seja esta a que interessa a este estudo sobre a paisagem linguística no Funchal e em Santa Cruz de Tenerife.

## CAPÍTULO II

### PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

#### 1. Problema

As duas paisagens linguísticas em estudo, integrando um cenário geográfico semelhante pela sua condição insular e de estrutura económica predominante centrada maioritariamente na atividade turística com origem nos países europeus, configuram uma realidade que permite admitir a existência de uma paisagem linguística coincidente ou idêntica, salvo a língua nacional diferente, podendo os nomes de restaurantes e as ementas comprová-lo.

#### 2. Hipóteses e Variáveis

- A presença de línguas estrangeiras nos diversos suportes informativos verifica-se com a mesma expressão nas duas cidades.
- O predomínio de umas línguas relativamente a outras justifica-se na razão da proporcionalidade de visitantes estrangeiros nas duas cidades.
- A informação em diferentes línguas estrangeiras está presente nos mesmos locais nas duas cidades.
- Os públicos a quem a paisagem está dirigida são diferenciados.
- A densidade dos objetos linguísticos é diferente.

#### 3. Universo

Aquando da realização deste estudo, para além do despertar do interesse por estudos sobre a paisagem linguística, notamos que há um défice de estudos sobre este assunto no espaço insular da Macaronésia.

O primeiro passo, para além da vontade de querer fazer um estudo deste cariz, foi delimitar o espaço geográfico onde a amostra iria ser recolhida: Funchal (lugar comumente designado por “Zona Velha” da cidade) – rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo – e Santa Cruz de Tenerife – avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso. Estas zonas geográficas são muito procuradas por turistas, assim como pelo público residente. A zona geográfica escolhida no Funchal foi escolhida para a recolha dos *corpora* devido ao conhecimento pessoal e a zona geográfica relativa a Santa Cruz de Tenerife foi apurada junto de residentes.

Procedemos à recolha dos *corpora* no decorrer dos meses de agosto e setembro de 2019, pois trata-se de uma época com grande afluência, devido ao clima e época de férias por parte dos turistas, partindo do pressuposto que poderia haver, eventualmente, um maior cuidado na apresentação dos nomes de restaurantes e respetivas ementas. Paradoxalmente, a facilidade da

mobilização, leva-nos a crer que em qualquer altura do ano é possível receber turistas. No Funchal recolheu-se em agosto e em Santa Cruz de Tenerife, no início de setembro.

Os *corpora* incidiram sobre os nomes de restaurantes e menus, excluindo todos os outros sinais públicos ou privados que não fossem deste tipo.

#### **4. Amostra**

A amostra consiste em dois grupos: nomes de restaurantes e menus em ambas as cidades, Funchal – Madeira e Santa Cruz – Tenerife. Relativamente aos nomes de restaurantes, obtivemos trinta e três no Funchal e vinte e oito em Santa Cruz de Tenerife e no que respeita a menus, obteve-se trinta e cinco fotografias em ambas as cidades (70 no total).

Escolheu-se estudar os nomes de restaurantes e menus, devido à diversidade linguística que apresentam. Mais precisamente no caso dos menus, podemos verificar que muitos se encontram afixados no passeio, à frente dos restaurantes, poderemos, por isso, dizer que este tipo de menus são sinais móveis, pois são retirados do local e atualizados consoante a ementa.

Optamos por excluir todos os outros sinais que constituem a paisagem linguística, de forma a ter uma análise mais específica de indicadores culturais em dois espaços de cariz turístico e também pelo facto do campo privado se mesclar muitas vezes com o público (como por exemplo fotografar indivíduos, apresentaria assuntos complexos no campo de ação em apreço).

#### **5. Técnicas de pesquisa**

Os *corpora* foram recolhidos com uma câmara de 13 megapixéis, equivalente a uma resolução de 4128x3096 pixéis e uma memória RAM de 32 GB.

Fizemos a recolha ao entardecer, na altura aproximada ao jantar, tendo presente a abertura dos espaços comerciais de restauração e afluência da população, também de forma a facilitar o registo das fotos e de modo a não provocar encadeamento solar.

Respeitante aos resultados de pesquisa, aplicar-se-á o método quantitativo e qualitativo. Enquanto a pesquisa quantitativa se irá debruçar sobre a quantificação dos dados estatísticos, elaborando uma análise a nível da predominância das línguas dos diversos suportes informativos, bem como as diferentes categorias dos estabelecimentos comerciais e termos mais frequentes nos menus, a pesquisa qualitativa consiste numa análise descritiva do processo e do seu significado, resultante da análise quantitativa. Relativamente ao tipo de pesquisa, utilizaremos a pesquisa explicativa que visa identificar os fatores que contribuem para a ocorrência dos fenómenos, requerendo a utilização do método de observação.

### CAPÍTULO III

## APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 1. Análise dos nomes de estabelecimentos comerciais de restauração no Funchal, na rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, e em Santa Cruz de Tenerife na avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso

As Figuras 3.1. e 3.2. abaixo representadas, mostram o percurso feito na rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, bem como na avenida Anaga/ avenida Francisco la Roche e rua Bethencourt de Alfonso. Procedemos à recolha de dados *in loco*, através de registo fotográfico por telemóvel, tendo este a funcionalidade de localização ativada, pelo que foi possível, através desse mesmo registo, retirar os mapas (imagens infra) do Google Maps (“Google Maps,” n.d.). Salientamos que estas ruas foram eleitas para efeito da recolha dos corpora, mas captadas criteriosamente não no sentido de gerar *images à la sauvette*, como se intitula a obra de Henri Cartier-Bresson (Cartier-Bresson, 1952:158).

Criamos um sistema de análise categorial, diferenciando os tipos de estabelecimentos comerciais de restauração e cada tipo de unidade de análise (nomes de restaurantes e menus) por línguas identificadas, classificação por monolíngue/multilíngue e combinação de línguas.

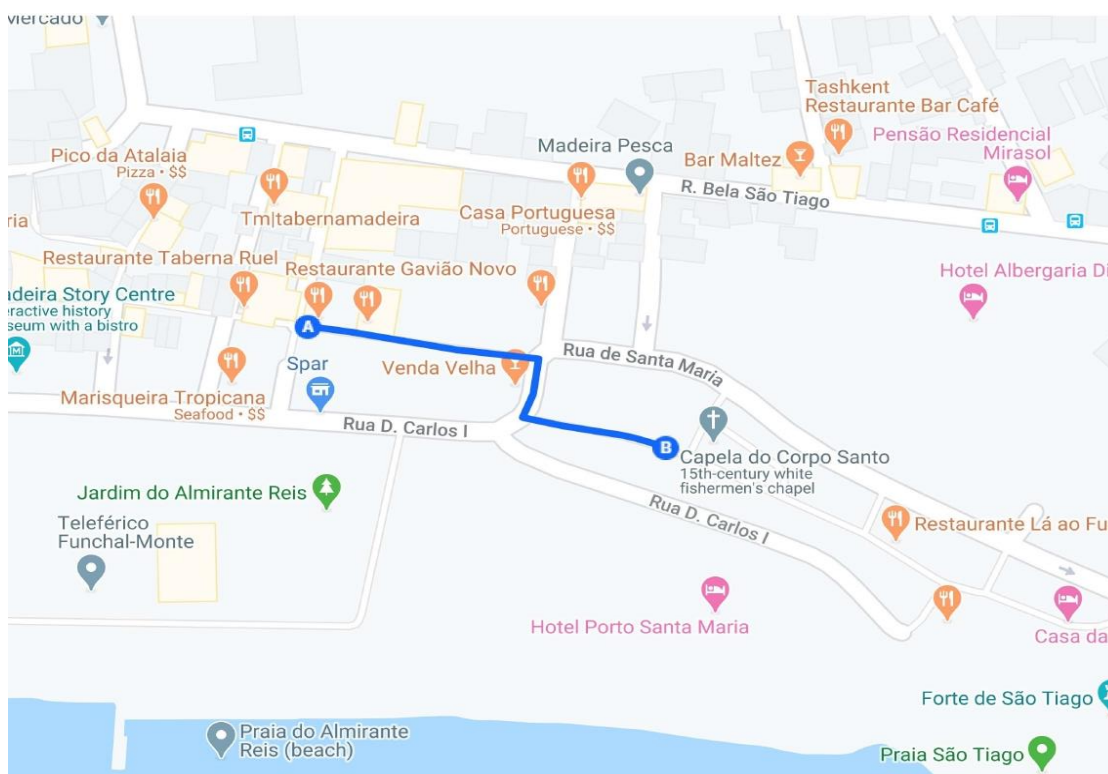


Figura 3.1. Percurso para a coleta de dados no Funchal (Fonte: Google Maps).

### **1.1. Rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo**

A rua de Santa Maria, no Funchal, é uma rua estreita relativamente a outras ruas, com estruturas urbanas antigas, também designadas históricas. É composta por estabelecimentos comerciais em ambos os lados, com maior predominância em estabelecimentos de restauração. Situa-se perto da costa marítima e tem grande afluência turística, bem como da população residente, principalmente à noite. O Largo do Corpo Santo é contínuo à rua de Santa Maria. Porém é mais amplo, com restaurantes em ambos os lados.

Os dados foram recolhidos desde o início da rua, mais precisamente no sentido de Oeste para Este (do ponto A ao B, apontado a azul no mapa facultado), encontrando os seguintes nomes de estabelecimentos de restauração (como também menus): “so. far music club & restaurante”; “cocorico bar à fromages, charcuteries & vins français”; “23 vintage bar”; “toka de baco drinks, wine & tapas”; “snack-bar restaurante rima coração”; “venda da donna maria restaurante”; “sandes & bifanas”; “tasca literaria (since 2010) dona joana-rabo-de-peixe”; “galeria restaurante”; “o brinquinho restaurante”; “restaurante o velhinho”; “o piano restaurante”; “mandala de sabores restaurante”; “restaurante tavern grandfather”; “cocktail bar flair spot bar”; “taberna ruel restaurante”; “gavião novo”; “restaurante Mozart”; “the snug old town”; “revolucion rock bar”; “santa maria hostel – restaurante”; “o regional”; “mercearia da poncha zona velha”; “confeitaria”; “restaurante le jardin”; “o jango restaurante”; “arsénio’s restaurante”; “venda velha”; “tapas do anibal”; “restaurante estrela do mar” e “tasquinha do monsieur”. Relativamente ao Largo do Corpo Santo, recolhemos os seguintes: “restaurante estrela do mar”; “a muralha restaurante”; “restaurante são José”; “restaurante a romana”; “bistro a tartaruga”; “grande muralha”; “xarambinha pizzeria”; “banana’s”; “arsenal restaurant / bar”; “restaurante “o portão” e “o almirante restaurante grill madeira island”.

### **1.2. Avenida Anaga/ Av. Francisco la Roche e rua Bethencourt Alfonso**

A avenida Anaga ou avenida Francisco la Roche, como a própria referência toponímica indica, trata-se de uma avenida perto da costa marítima, com grande número de estabelecimentos de restauração num dos lados. Há muita afluência de visitantes turistas e de residentes, com uma evidente dinâmica de vida noturna.

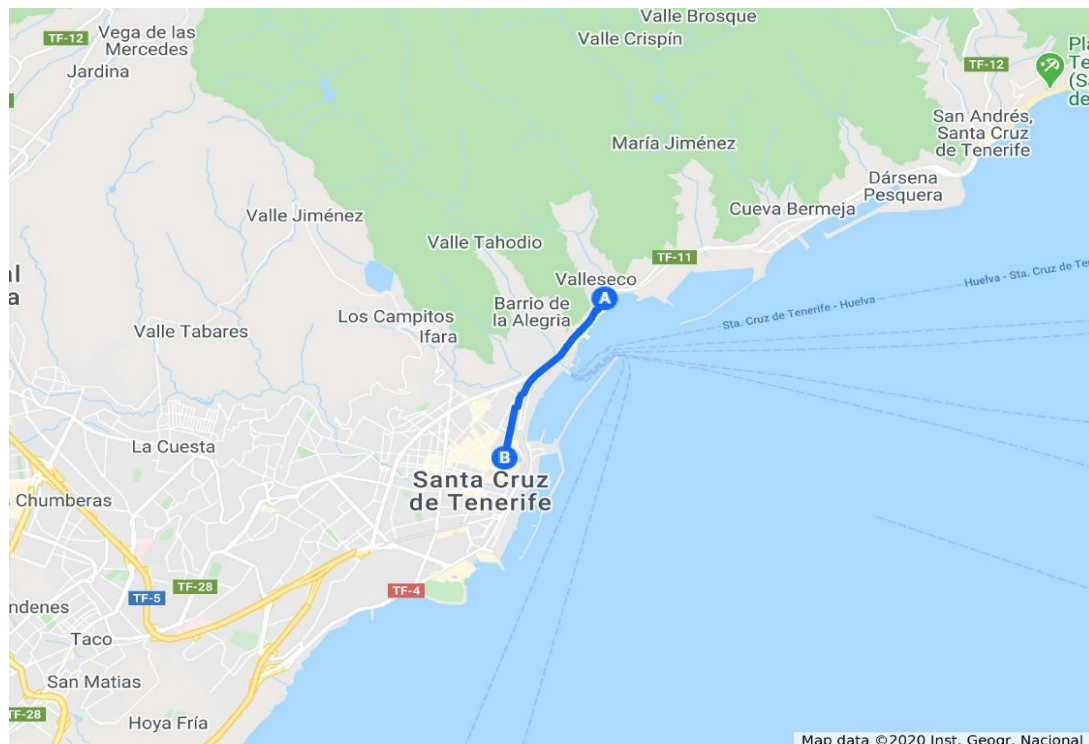


Figura 3.2. Percurso para a coleta de dados em Santa Cruz de Tenerife (Fonte: Google Maps).

Salientamos que somente foi considerado os estabelecimentos comerciais de restauração ou locais onde se servem apenas bebidas, como o caso de bares e discotecas.

Para proceder à distribuição dos estabelecimentos comerciais de restauração por diferentes categorias, com o auxílio da lista V a que se refere a alínea q) do n.º 1 do artigo 1.º do Decreto de Lei n.º 10/2015 (Ministério da Economia, 2015), os estabelecimentos encontram-se divididos abaixo, conforme a listagem 1, 2 (ver Apêndice 1), para o Funchal – rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo e Santa Cruz de Tenerife – avenida Anaga/Av. Francisco la Roche e rua Bethencourt Alfonso.

Rua Bethencourt Alfonso é contínua a esta avenida e tem restaurantes em ambos os lados e com indicadores de frequência semelhantes aos referidos anteriormente. Os seguintes nomes de estabelecimentos comerciais, foram registados desde o início da avenida Anaga, até à rua Bethencourt de Alfonso, são os seguintes: “Tarteria – tartas dulces pan helados”; “Restaurante – pizzería italiana da gigi”; “Guachinche”; “Cooper”; “Soho”; “Sintonía”; “La santa – food/drink/music”; “Passión bongó salsa, bachata, kizomba and more”; “Tiffany’s boutique dulceria canina”; “Brochetapas”; “Bongó anaga”; “Arkaba 23 lounge”; “Restaurante pizzeta for pizza lovers desde 2013”; “Sultan kebab – la mejor cocina turca – the best turkish cuisine”; “Cervecería la sureña”; “Arepa’s grill anaga 19 – typical venezuelan food / descubre nuestro secreto...!”; “Volcano > bar > tapas > café”; “Anaga 15 pub karaoke”; “Lone star”;

“Barbas bar – dorada”; “El hombre bala rock & coffee”; “Berlin 89 derriba tus muros”; “Nazar kebab – comida turca para llevar”; “Manhattan”; “Anaga wine&tapas podrán disfrutar de la caña perfecta extra maduración”; “El hangar loly & naish 3”; “Plátano & co”; “El capricho de Nicomedes” e grupo compostelana la india – tikka house- authentic tikka, tandoori, korma, curry & masala”. Na rua Bethencourt de Alfonso, obteve-se os seguintes: “Cerveceria 100 montaditos”; “Tasca san José nº1”; “Tasty poke”; “Rayuela café teatro”; “Café & té”; “La favola”; “Menú café – arepera”; “El lateral 27” e “El águila restaurante”.

Utilizamos o programa *Atlas.ti Cloud* usado por Kopinska (2011), e o programa *Voyant Tools* de forma a categorizar cada elemento e verificar a predominância de termos ao longo dos *corpora*. Tratam-se de programas de análise qualitativa de dados, dando-nos também a possibilidade de obter dados quantitativos. Este estudo é sincrónico, pois temos de ter em conta que a paisagem linguística, como qualquer outra paisagem poderá mudar, seja por razões económicas, desastres naturais, seja por se adaptar às necessidades do público consumidor ou às pandemias, por exemplo. Tornamos essencial salientar que foi feita a análise não só dos nomes de restaurantes, bem como às respetivas informações escritas juntamente com o nome.

A primeira categorização dos nomes de estabelecimentos comerciais foi realizada através do programa *Atlas.ti Cloud* e, posteriormente, uma análise linguística de conteúdo a nível da morfologia dos termos mais frequentes dos *corpora*. O mesmo foi realizado para os menus quanto aos nomes de restaurantes, há um total de quarenta e um estabelecimentos para o Funchal e trinta e oito para Santa Cruz de Tenerife. Para os menus e de forma a manter um número equivalente, analisou-se trinta e cinco menus de cada localidade.

### 1.3. Análise comparativa dos nomes de estabelecimentos comerciais de restauração na rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, no Funchal, e em Santa Cruz de Tenerife, na avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso

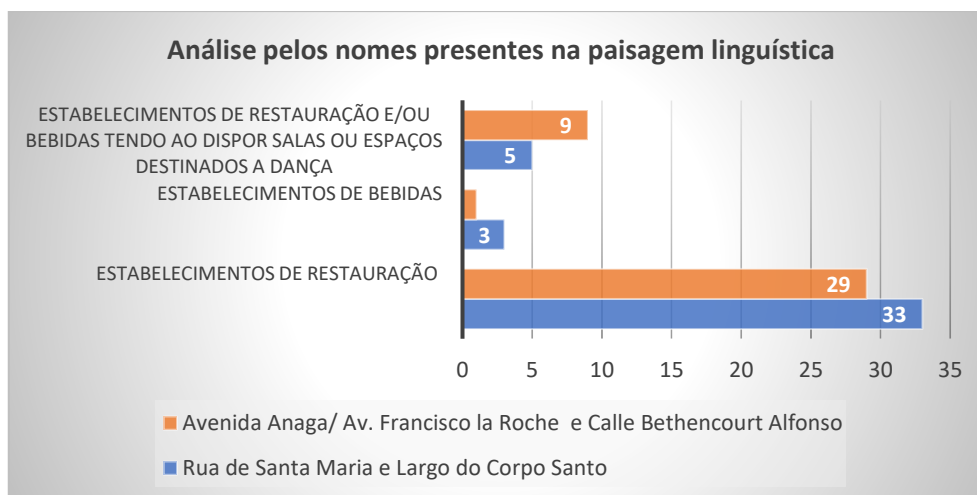


Figura 3.3. Distribuição dos estabelecimentos comerciais por categorias.

Caracterizamos por “estabelecimentos de restauração”, todos os estabelecimentos comerciais que mencionam que se apresentam mantendo o serviço de restauração, podendo servir pratos mais ou menos elaborados, assim como comidas rápidas (sandesh, por exemplo). De entre esta listagem (referente ao Funchal, cf. apêndice) de quarenta e um estabelecimentos, a maior parte (22) contém o substantivo masculino “restaurante”, para além do nome do estabelecimento. No entanto, tomemos como exemplo: “Tasca Literaria (since 2010) Dona Joana-Rabo-de-Peixe”, não menciona o serviço de restaurante, mas apresenta-se como “tasca”, tendo como principal serviço o de restauração. O mesmo acontece com “Xarambinha Pizzeria”, que pelo seu nome, parte-se do princípio de que o seu prato principal é pizza. No caso de “O Regional”, apenas sabe-se que se trata de um restaurante através do seu aspeto físico.

No caso de Tenerife, numa listagem de trinta e oito, considerou-se como estabelecimentos de restauração vinte e nove, no entanto, apenas três mencionam o substantivo “restaurante” além do seu nome próprio. Os restantes (os que não mencionam), apresentam-se com a designação de comidas típicas de uma determinada localidade, como: “arepa’s grill anaga 19 – typical venezuelan food / descubre nuestro secreto...!”; “guachinche”<sup>5</sup>; “sultan kebab – la mejor cocina turca – the best turkish cuisine”; “brochetapas” e “Grupo Compostelana La India – tikka house- authentic tikka, tandoori, korma, curry & masala”. Observa-se que alguns

<sup>5</sup> Este termo remete-nos para uma comida típica de Tenerife, não sabemos se a sua etimologia se deve ao facto da presença dos guanches (povo nativo das ilhas Canárias)

dos restaurantes, como: “el capricho de nicomedes”; “el lateral 27”; “tasca san José nº1”; “tiffany’s”, não mencionam nenhuma referência textual que evidencie tratar-se de um estabelecimento de restauração, no entanto, apercebe-se devido ao seu serviço e aspeto físico.

Relativamente aos estabelecimentos que têm ao seu dispor bebidas, foi tido em conta aqueles que apresentam indícios claros de caracterização deste tipo de serviço. No caso do Funchal encontrou-se apenas três: “mercearia da poncha zona velha”; “cocktail bar flair spot bar” e “tasquinha do monsieur”, no caso de Tenerife encontrou-se um, sendo: “barbas bar – dorada”, todos com vocábulos a indicar sejam bebidas seja o seu tipo de serviço. Pode-se verificar que, na Madeira, temos a poncha como bebida típica e em Tenerife é mais comum a cerveja, que é designada por “caña” e/ou “dorada”.

No que respeita aos estabelecimentos de restauração e/ou bebidas tendo ao dispor salas ou espaços destinados a dança, obteve-se cinco no Funchal: “23 vintage bar”; “so. far music club & restaurante”; “the snug old town”; “revolucion rock bar”; “venda velha” e nove em Santa Cruz de Tenerife: “anaga 15 pub karaoke”; “arkaba 23 lounge”; “berlin 89 derriba tus muros”; “bongó anaga”; “cooper”; “el hombre bala rock & coffee”; “La Santa – food/drink/music”; “lone star”; “passión bongó salsa, bachata, kizomba and more”. Poderemos verificar que na Madeira temos a poncha como bebida típica e em Tenerife a cerveja, comumente designada por “caña”, “dorada”.

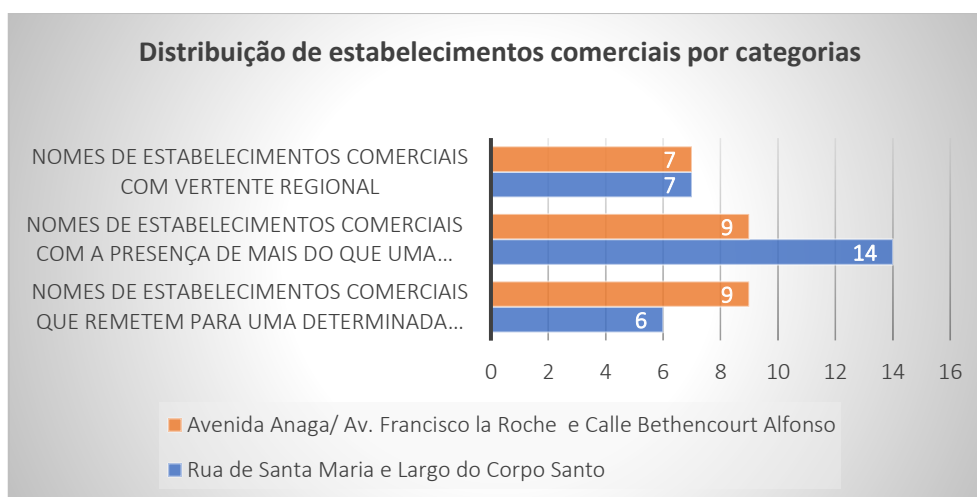


Figura 3.4. Estabelecimentos comerciais de restauração categorizados pela presença de uma ou mais línguas, por vertente regional e cultural.

No que se refere a nomes de estabelecimentos comerciais que remetem para uma determinada cultura, obtivemos 6 no Funchal – Zona Velha, que são: 1) “a muralha restaurante”; 2) “grande muralha”; 3) “o brinquinho restaurante”; 4) “restaurante a romana”; 5) “xarambinha pizzeria”; 6) “cocorico bar à fromages, charcuteries & vins français”. Em 1) e 2)

o substantivo feminino “muralha”, dado que são restaurantes chineses remete-nos, o primeiro, para a grande muralha da China, criada para proteger os Estados e Impérios chineses das invasões, o segundo, por já existir antes de ser da especialidade de comida chinesa, remete-nos para a muralha da fortaleza que existe no local. Em 3) o substantivo masculino “brinquinho”, trata-se de um “instrumento musical típico do folclore madeirense, constituído por bonecos de madeira, com caricas e castanholas, que são dispostos numa cana e movimentados por um eixo vertical.” (Fonte: Priberam). Em 4) o adjetivo feminino “romana”, remete-nos a alguém (neste caso a uma mulher) proveniente de Roma.

Em 5) o substantivo feminino “xaramba”, remete-nos para uma cantiga popular madeirense, improvisada por homens e tocada por uma viola de arame (fonte: Priberam), no entanto há uma confusão entre “xaramba” e “charamba”, esta última trata-se de uma forma da música tradicional dos Açores, podendo haver uma ligação a montante, mais na forma musical do que na palavra. ‘Xaramba’ parece ser arabismo e, de qualquer modo, enquadra-se na literatura e música repentista (e logo improvisada) - esta explicação/informação foi disponibilizada pela gentileza do Sr. Dr. Marcelino de Castro. Em 6) o nome de restaurante “cocorico”, dado no texto auxiliar, é francês, é uma onomatopeia que simula o canto do galo.

Em Santa Cruz de Tenerife, obtivemos 9: 1)“arepa’s grill anaga 19 – typical venezuelan food / descubre nuestro secreto...!”; 2)“grupo compostelana la india – tikka house- authentic tikka, tandoori, korma, curry & masala”; 3) “guachinche”; 4) “restaurante – pizzería italiana da gigi”; 5)“restaurante pizzeta for pizza lovers desde 2013”; 6)“sultan kebab – la mejor cocina turca – the best turkish cuisine”; 7)“barbas bar – dorada”; 8)“cerveceria 100 montaditos”;9) “passión bongó salsa, bachata, kizomba and more”. Em 1) o substantivo feminino “arepa”, é uma comida típica da Venezuela. Em 2) temos referência a comida indiana. Em 3) “guachinche” trata-se de um estabelecimento próprio da ilha de Tenerife. Em 4) temos uma pizzeria italiana, tal como em 7), pois sabemos que “pizza” é uma palavra de origem italiana. Em 6) temos referência a comida turca. Em 7) e 8) temos referência a cerveja, sendo que “dorada” é uma cerveja típica de Canárias sendo que em 8) “montaditos” é um termo espanhol que designa uma pequena sandes.

Em 09) temos a presença de vários estilos musicais: “salsa”, de origem caribenha, “bachata” da República Checa e “kizomba” de Angola.

No que se refere a nomes de estabelecimentos comerciais com presença de uma ou mais línguas (code-mixing/mistura de códigos), no Funchal houve catorze: 1)“arsénio’s restaurante”; 2)“o almirante restaurante grill madeira island”; 3) “restaurante le jardin”; 4) “restaurante tavern grandfather”; 5) “tasca literaria (since 2010) dona joana-rabo-de-peixe”;

6)“arsenal restaurant / bar”; 7)“snack-bar restaurante rima coração”; 8) “tasquinha do monsieur”; 9) “toka de baco drinks, wine & tapas”; 10) “Revolucion Rock Bar”; 11) “Bistro a tartaruga”; 12) Xarambinha Pizzeria”; 13)“Banana’s”; 14) “Santa Maria Hostel – restaurante. Relativamente a Santa Cruz de Tenerife, houve nove: 1) “arepa’s grill anaga 19 – typical venezuelan food / descubre nuestro secreto...!”; 2) “grupo compostelana la india – tikka house- authentic tikka, tandoori, korma, curry & masala”; 3) “restaurante pizzeta for pizza lovers desde 2013”; 4) ”sultan kebab – la mejor cocina turca – the best turkish cuisine”; 5) “tiffany’s boutique dulceria canina”; 6) “anaga wine&tapas podrán disfrutar de la caña perfecta extra maduración”; 7) “anaga 15 pub karaoke”; 8) “el hombre bala rock & coffee”; 9) “food (drink) music la santa s/c de tenerife”. Ao categorizar (conforme consta no gráfico 3 abaixo), damos conta que a maior parte (10 estabelecimentos) correspondem à categoria bilingue português/inglês para o Funchal – rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo. Temos também, em grande proporção, o espanhol, o inglês como categoria bilingue em Santa Cruz de Tenerife – avenida Anaga e rua Bethencourth de Alfonso. Reparamos que no Funchal, apenas existe um estabelecimento com essa categoria e três com a categoria bilingue português/francês (o que não existe em Santa Cruz de Tenerife nas zonas analisadas). Conforme referido por Backaus (2007:3): “os estudos de paisagem linguística contêm sinais bilingues ou multilingues como ponto de partida para obter questões importantes sobre o multilinguismo e línguas em contacto”. Nestes casos (Funchal- Madeira e Santa cruz – Tenerife), temos os sinais bilingues, com maior ênfase no português/inglês e espanhol/inglês. Como poderemos verificar, a presença da língua inglesa está presente em grande proporção, tratando-se assim de uma língua franca. As estruturas comerciais que se adaptam ao tipo de consumidores, refletindo, assim, na sociedade, nos hábitos de consumo, bem como nas atividades comerciais que, com a globalização, tendem a ajustar-se à sociedade e cultura.

Reparamos que tanto no Funchal como em Santa Cruz de Tenerife, os nomes de restaurantes que remetem para uma vertente regional são sete. Categorizou-se desta forma após ter classificado por diferentes culturas. No Funchal temos:1) “o brinquinho restaurante” (analisado anteriormente enquanto nome de estabelecimento comercial que remete para uma determinada cultura); 2) “o regional”; 3) “restaurante o velhinho”; 4) “xarambinha pizzeria” (analisado anteriormente enquanto nome de estabelecimento comercial que remete a uma determinada cultura); 5) “mercearia da poncha zona velha”; Em Santa Cruz de Tenerife, temos: 1)“guachinche”;2) “barbas bar – dorada”; 3)“cerveceria 100 montaditos”; 4)“la dorada”;5) “anaga wine&tapas”; 6) “anaga 15 pub karaoke”; 7) “food (drink) music la santa s/c de tenerife”. Em 1), 2), 3) e 4), temos referência a comida e bebida típica, sem mencionar a

localidade, ao inverso de 5), 6) e 7), em que é mencionada a localidade “Anaga”, referente à avenida ou “la santa”, referente a Santa Cruz de Tenerife. Estas marcas de identidade cultural dão diferentes contributos, através da análise da paisagem linguística, em ambos os territórios. A exposição dos sinais privados e informais, que marcam o processo de desenvolvimento e singularidade de um devir linguístico-social madeirense e canário. Estes fatores de produção simbólica devem-se a marcas de insularidade e regionalidade, tratando-se de dois espaços insulares de cariz turístico que projetam simbolicamente estes sinais de forma a mediar uma universalidade ao se afirmarem perante outras culturas. Como referiu Habermas: “O mundo é comunicação, e por isso a lógica existencial da ciência é promover a situação comunicativa”, (Habermas, 1929:202).

Após a categorização dos estabelecimentos comerciais por diferentes categorias, impôs-se a necessidade de instituir um sistema de análise conceptual, possibilitando exibir o multilinguismo presente no espaço público, obtendo um panorama geral de ambas as cidades em estudo. Relativamente aos nomes de estabelecimentos comerciais, reparou-se o uso da língua nativa juntamente com o inglês em maior predominância (nove em Espanhol e Inglês em Santa Cruz de Tenerife e dez ocorrências de Português e Inglês no Funchal, na Madeira). Notou-se também que no Funchal existem três ocorrências de Português e Francês e uma em espanhol e português, conforme demonstrado na Figura 3.5., *infra* apresentado:

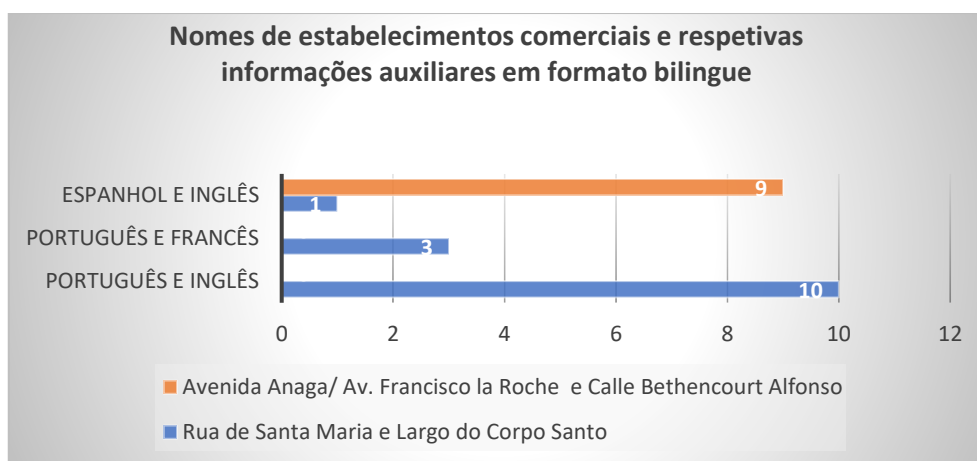


Figura 3.5. Nomes de estabelecimentos comerciais e respetivas informações auxiliares em formato bilingue.

A expressão “contacto linguístico” pode ser designada como “aquela em que pelo menos algumas pessoas usam mais do que uma língua” (Thomason, 2001:1). O contacto linguístico sucede de várias situações do dia-a-dia, como: mobilidade (a emigração e a imigração) e o turismo. Os falantes de uma sociedade, na maioria das vezes, têm contacto com uma língua

não-materna, ou seja, uma segunda língua. Segundo Mota (1996), as sociedades globalizadas são plurilingues, uma vez que as diversas línguas se influenciam umas às outras. Este processo apresenta-se como uma coexistência temporal e espacial de duas ou mais línguas ou variedades linguísticas, para o qual é imprescindível “definir a natureza [como também] a escala e o grau desse contacto e determinar quem entra em contacto com quem, se indivíduos, famílias, comunidades ou sociedades inteiras (Santos, 2008:23).

O fenómeno do multilinguismo é visto como uma relação de contacto entre línguas, através da presença simbólica de diversas línguas em espaços públicos e urbanos e da sua relação com os contextos sociais. O uso do inglês está simbolicamente associado ao neocapitalismo e à conseqüente ideologia consumista, mas também está associado à globalização, cosmopolitismo e estratégias de marketing, por exemplo. O termo “bilinguismo” é um termo utilizado, pois corresponde ao domínio, ao conhecimento e ao uso de duas ou mais línguas por um falante, como— “bilinguismo individual”, enquanto o “bilinguismo social” designa a existência de um número indicativo de falantes bilingues (Appel e Muysken, 2005).

Segundo Mota (1996), o contacto linguístico é mais visível em regiões de fronteiras em que as duas línguas interagem em comunidades com grande número de estrangeiros, em regiões marcadas pela eventualidade de fluxos migratórios (emigração para um país estrangeiro e o seu regresso) ou ainda indivíduos que sofreram colonização.

Conforme referido por Backaus (2007:1), Coupland(2010), Macalister (2010) Sloboda (2009), Shohamy (2010) e Papen (2010), os estudos sobre a paisagem linguística controlam informação sobre sinais bilingues ou multilingues, dentro de um determinado espaço, podendo ser uma nação, cidades, bairros ou a combinação das três hipóteses. A esta divisão de estruturas espaciais, Goffman (1974) encarou como “quadros de discurso”, pois esta informação é encarada de forma categórica (bilingue/multilingue) em diferentes espaços ou num espaço próprio.

A função informal (que remete para as características linguísticas e limites geográficos de um dado território) e a função simbólica (relativa à percepção de membros de um determinado grupo de idiomas), constituem o principal mecanismo de mediação simbólica no espaço de interação social. Bourdieu (2002), para melhor compreensão do mundo social, fez referência ao capital cultural usando o conceito de *habitus* linguístico (Bourdieu, 1983). Assim sendo, os factores inerentes à paisagem linguística, seja a predominância das línguas e a sua forma de representação simbólica, variam consoante o público, ou seja, em função das diferentes categorias sociais, classes sociais e grupos sociais, bem como nível de escolaridade, faixa etária e género. Tomemos como exemplo o público estrangeiro que tem poder de compra e as pessoas

letradas, com um nível de escolarização que permite identificar e perceber as informações presentes nos sinais em língua estrangeira.

No Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2002), o termo *multilinguismo* significa: “multilinguismo” – mult(i) + linguismo, significa a coexistência de sistemas linguísticos diferentes (língua, dialeto, falar, etc.) numa comunidade [as exigências do meio em que vivem os falantes, as situações específicas levam ao uso circunstancial de um entre os diferentes sistemas] ou conhecimento de mais de uma língua por um mesmo falante.”

O multilinguismo surge, assim, como uma competência linguística adquirida pelo falante para se exprimir em diversas línguas quase como se nascesse em contacto com cada uma delas. Como o bilinguismo, pode ser propriedade de um indivíduo ou de uma comunidade, como sucede em territórios politicamente definidos onde coexistem várias línguas, como poderemos verificar nestes casos.

Nestas duas localidades em investigação, a presença bilingue nas placas evidencia um reflexo do multiculturalismo que predomina no espaço geográfico presente. O multilinguismo, aliado ao multiculturalismo, fundamental para as relações externas, resume-se na gerência da diversidade cultural. Na Europa, devido à complexa compreensão linguística, pela existência de três alfabetos e de vinte e quatro línguas oficiais, de forma a haver uma maior oportunidade de acesso, foi necessário melhorar os meios de comunicação. A partir de 2006, foram adotadas novas estratégias para o multilinguismo, sendo a implementação de línguas estrangeiras nas escolas um dos contributos para um melhor conhecimento acerca de outras culturas, modos de pensar e de agir.

O domínio do multilinguismo, na política da União Europeia, consiste em duas vertentes: a proteção da diversidade linguística e a promoção da aprendizagem de novas línguas. A ação multilingue contribui assim para uma profunda harmonia cultural, social, política e económica, sem a qual as paisagens linguísticas tornar-se-iam monolinguês, apresentando apenas uma só língua, a língua oficial de cada território.

A globalização é geradora do fenómeno do multilinguismo, permitindo que haja mais contacto entre culturas em períodos mais curtos, como referido por Alves (2001).

Como foi visto anteriormente, todos os aspetos da globalização complementam uma nova realidade histórica e sociológica. A globalização faz parte integrante do indivíduo, +e um fenómeno interior, que influencia os diversos aspetos pessoais da vida de cada um.

---

<sup>6</sup> Cf. *Multilinguismo: uma ponte para a compreensão mútua in* <http://www.cied.uminho.pt/uploads/MULTILINGUISMO.pdf>

Conforme referido por Giddens (1999:24): “é através da globalização que surge o reaparecimento das identidades culturais em diversas partes do mundo”. Estas identidades culturais poderão ser a predominância de diferentes línguas no domínio público, que constituem a paisagem linguística. É através da globalização que cada território tende a adaptar os seus meios (línguas nos sinais públicos e privados), de forma a captar a atenção por parte do público consumidor, podendo ser estrangeiros, emigrantes ou mesmo público residente.

Na Figura abaixo, poderemos verificar que no Funchal – Madeira e Santa Cruz de Tenerife, o inglês é usado como segunda opção após a língua de origem (português ou espanhol). O francês é usado no Funchal como uma terceira opção e não é usado em Santa Cruz de Tenerife:

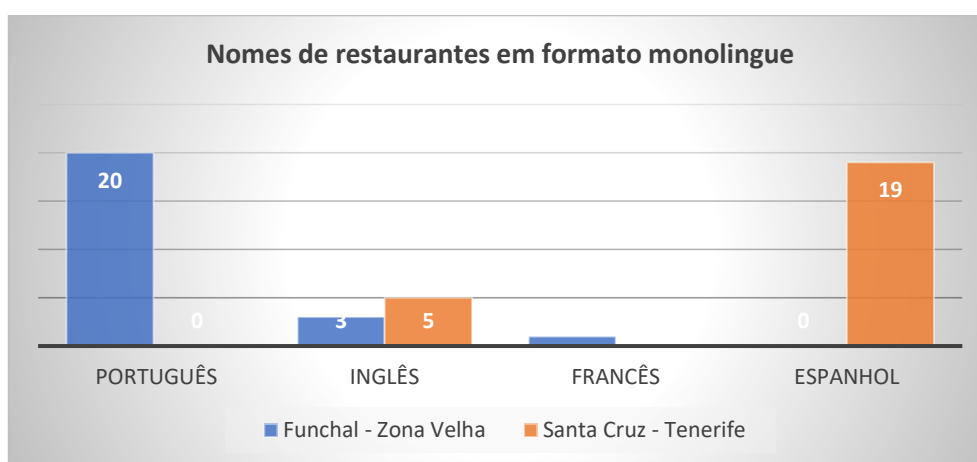


Figura 3.6. Presença de línguas em formato monolingue nos estabelecimentos comerciais de restauração do Funchal, rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, e Santa Cruz de Tenerife, avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso.

No que concerne a nomes de estabelecimentos comerciais apenas em português, obtivemos vinte no Funchal e zero em Tenerife. Os resultados são os seguintes: “A Muralha restaurante”; “bistro a tartaruga”; “galeria restaurante”; “gavião novo”; “grande muralha”; “mandala de sabores restaurante”; “o jango restaurante”; “o piano restaurante”; “restaurante “o portão””; “restaurante a romana”; “restaurante estrela do mar”; restaurante são José”; “santa Maria hostel – restaurante”; “taberna ruel restaurante”; “venda da dona Maria \*restaurante\*”; “mercearia da poncha zona velha”; “confeitaria”; “sandes & bifanas”; “tapas do Anibal”; “venda velha”. Damo-nos conta da presença de alguns empréstimos e estrangeirismos frequentemente usados no quotidiano português, tome-se como exemplo “bistro” e “mandala”, dado que a língua em constante transformação está suscetível à adoção de novas palavras. O complexo fenómeno linguístico do uso de estrangeirismos é o resultado de um outro fenómeno: a Globalização. A língua portuguesa é um exemplo de uma língua que incorporou inúmeras

palavras de origem estrangeira na sua gramática, como por exemplo palavras latinas, árabes, africanas, francesas, inglesas, italianas, entre outras.

Os estrangeirismos<sup>7</sup> resumem-se ao empréstimo de palavras estrangeiras, provenientes de uma outra língua distinta da língua que as irá adotar. Muitos dos estrangeirismos não são adotados ortograficamente, pois, não respeitam e não coincidem com as normas gramaticais da língua padrão, seja na oralidade ou na escrita. Trata-se de um fenómeno linguístico comum em muitas comunidades, em especial entre comunidades mais globalizadas e evoluídas, onde a influência multicultural é mais visível.

Quando os empréstimos não são totalmente adaptados à língua recetora, estes tornam-se fáceis de distinguir, principalmente, pela ortografia. Quando o processo de padronização é completo as palavras emprestadas tornam-se parte integrante de uma nova língua, pois, passaram por um processo de reconstrução.

Quanto aos nomes de estabelecimentos comerciais apenas em inglês no Funchal – Zona Velha, houve três: “Revolucion Rock Bar”; “23 vintage bar”; “so. far music club & restaurant” e em Santa Cruz de Tenerife houve cinco: “china town”; “tasty poke”; “arkaba 23 lounge”; “cooper”; “lone star”.

A respeito de nomes de estabelecimentos comerciais apenas em francês no Funchal, destaca-se um: “Cocorico Bar à Fromages Charcuteries & Vins Français. Reparou-se que em Santa Cruz de Tenerife, não existe nenhum nome de restaurante em francês.

Em Santa Cruz de Tenerife, houve dezanove, que são: “Tarteria – Tartas Dulces pan helados”; “guachinche”; “sintonía”; “brochetapas”; “bongó anaga”; “cervecería la sureña”; “volcano > bar > tapas > café”; “barbas bar – dorada”; “berlin 89 derriba tus muros”; “plátano & co”; “el capricho de nicomedes”; “cerveceria 100 montaditos”; “tasca san José nº1”; “rayuela café teatro”; “café & té”; “la favola”; “menú café – arepera”; “el lateral 27”; “el águila restaurante”.

Reparou-se que no uso de sinais monolingues, cada território tem maior tendência a usar o seu idioma, como reflexo de identidade cultural. Encontrou-se apenas o uso do inglês, bem como do francês, em ambas as cidades, mas em menor número do que os restantes sinais.

## **2. Análise morfológica dos capitais linguísticos presentes nos nomes dos estabelecimentos**

Para proceder à análise morfológica dos dados, achou-se conveniente usar um programa de prospeção de dados e visualização. Após a conversão dos *corpora* em formato *txt*, recorreu-

---

<sup>7</sup> Dicionário de estrangeirismos in <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/>

se ao *software* de análise qualitativa de dados não estruturados disponível na Internet, *VoyantTools* (Sinclair). A análise dos *corpora* foi feita de modo a poder obter dados que a ferramenta disponibiliza, como contagem de palavras, palavras em contexto e visualização em rede, como *outputs* da ferramenta. Neste procedimento de análise, selecionou-se um conjunto de formas gramaticais, partindo dos termos mais frequentes, como substantivos, nomes próprios e artigos. Obtivemos uma média de palavras de 147.5, com uma densidade vocabular: 0.719, sendo que os termos mais frequentes nos *corpora* são os seguintes: “restaurante” (23); “Bar” (9); “o” (7); “La” (6); “El” (5); “Anaga” (4); “café” (4); Tapas (4); e com duas ocorrências, obteve-se: “Bongó”; “Food”; “Grill”; “José”; “Kebab”; “Maria”; “Muralha”; “Music”; “Restaurant”; “Rock”; “Santa”; “Tasca”; “The”; “Turca”; “Velha”; “Venda” e “Wine”, conforme exarado na Figura 3.7. *infra* apresentada.

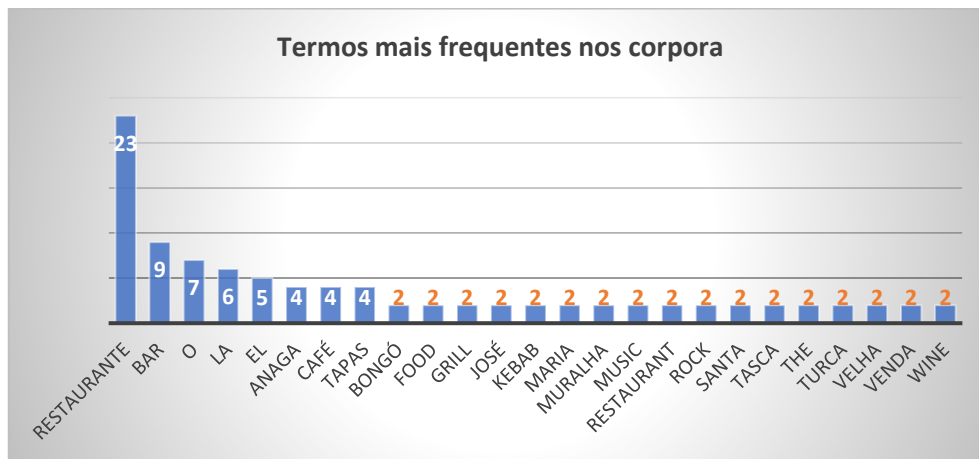


Figura 3.7. Termos mais frequentes nos corpora de Funchal, rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, e Santa Cruz de Tenerife, avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso.

Entre os termos mais frequentes, categorizou-se consoante substantivos, nomes próprios e/ou topónimos, adjetivos e artigos. A Figura 3.8. abaixo, mostra os substantivos, podendo ser masculinos ou femininos:

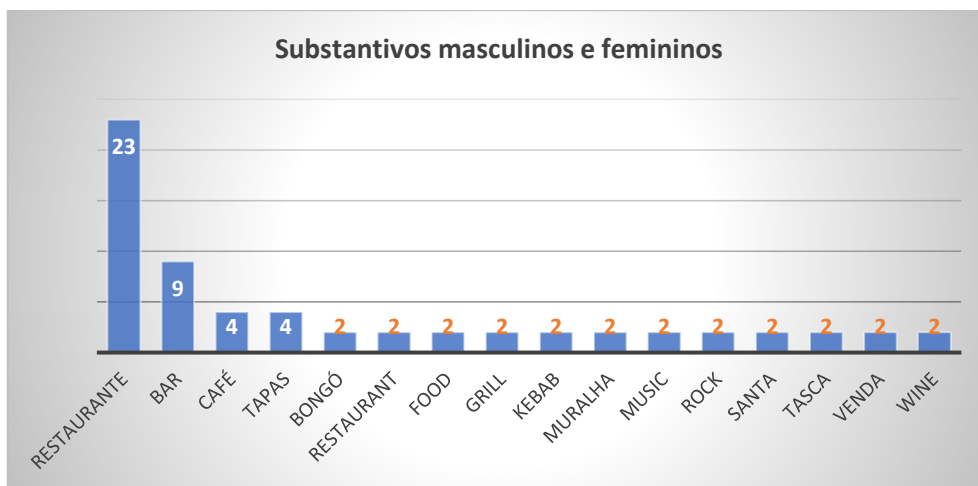


Figura 3.8. Substantivos masculinos e femininos.

Segundo *Cunha, Celso; Cintra, Lindley (2008) na Nova Gramática do Português Contemporâneo 5 ed. Rio de Janeiro: Lexikon*, os substantivos são uma classe de palavras variáveis para designar pessoas, animais e seres, por exemplo. Este serve de núcleo ao sujeito, objeto direto/indireto, bem como o agente da passiva e pode ser flexionado em género, número e grau.

Encontramos, também, nomes próprios e topónimos, tais como: 1) “José”; 2) “Maria”; 3) “Anaga”. 1) e 2), são nomes próprios e ocorrem duas vezes. 3), uma avenida onde foi recolhido os corpora em Santa Cruz de Tenerife. 1) corresponde a nomes de restaurantes iguais encontrados em Tenerife e no Funchal e em 2), apenas no Funchal.

Notemos que estes nomes, seja 1) e 2), podem ser caracterizados como topónimos, dado que a rua Bethencourt de Alfonso foi anteriormente designada por rua San José. No entanto, e dado que há duas ocorrências, sabemos que a outra hipótese é associada a um antropónimo (podendo ser o dono do restaurante no Largo do Corpo Santo). Em 2) parte-se do princípio que é referente à localidade, à rua de Santa Maria no Funchal.

A toponímia é uma categoria do domínio da onomástica que estuda os nomes dos lugares. É frequentemente confundida com a antroponímia que é referente a nomes de pessoas, no entanto, estes dois grandes grupos compõem a disciplina da onomástica. (Veríssimo, 2008) Segundo o Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea, Academia de Ciências de Lisboa, a Toponímia é definida como: s.f. (De topo - + gr. ὄνομα ‘nome para designar uma pessoa ou uma coisa’ + suf. - ia). 1. Sistema de nomes próprios de lugares; conjunto de topónimos ≈ *toponomástica*. (...) 2. Estudo linguístico, histórico de nomes próprios de lugares; estudo dos topónimos. ≈ *toponomástica*. Para Maria Vicentina de Paula de Amaral Dick em *Atlas Toponímico do Brasil: Teoria e Prática II*, a toponímia define-se: “como sendo um evento

fenomenológico de múltiplas formas e sistemas (cf. taxionomias toponímicas), a ser demonstrado e apreendido.” Para Ulmann (1964:161), a Toponímia faz parte da Ciência Onomástica e divide-se em dois grupos: do grego *topos* (referente a lugar) com *onoma* (nome). Portanto, trata-se do estudo dos nomes de lugar. Procurou-se a definição disponibilizada em alguns dicionários, um do Brasil - Houaiss (2001) e de Portugal (Casteleiro 2001; Costa 2004), em que consta a seguinte informação:

Topónimo: adj.s.m. 1 nome geográfico próprio de região, cidade, vila, povoação, lugar, rio, logradouro público etc. 2 origem de um nome geográfico. De top(o)- + -ónimo.[sic]

Toponímia: s.f. 1 parte da onomástica que estuda os nomes próprios de lugares. 2 lista, relação de topônimos. 3 estudo etimológico e/ou histórico sobre os topônimos [Compreende diversas subdivisões, como corónimos, limnónimos, eremónimos, potamónimos, talassónimos etc.] 4 (por metonímia) livro (ou outro suporte) que contém tal relação ou estudo. ≈ toponímia. De top(o)- + -onímia ou -onímia, formada por analogia com palavra de origem grega; fonte histórica 1899 toponýmia (Houaiss 2001:2735).

Toponímia: s.f. 1. sistema de nomes próprio de lugares; conjunto de topónimos ≈ toponomástica. 2. estudo linguístico, histórico de nomes próprios de lugares; estudo dos topónimos. ≈ toponomástica. De topo- + gr. ονομα 'nome para designar uma pessoa ou uma coisa' + suf. -ia (Casteleiro 2001:3586).

Topónimo: s.m. nome de uma localidade, de um lugar, de um sítio. Do grego τόπος, «lugar» + όνυμα, «nome».

Toponímia: s.f. 1 conjunto de topónimos; 2 estudo da etimologia e explicação dos topónimos. De τόπος, «lugar» + όνυμα, por όνομα, «nome», + -ia (Costa 2004:1508).

Segundo Levi Cardoso (1961:309) o primeiro estudo sobre a Toponímia é o estudo de Houzé em 1864, intitulado por *Étude sur la signification des noms de lieu en France*, como também o estudo de um dos seus percursores: Quicherat (1867), intitulado por *De la formation française des anciens noms de lieu*.

A toponímia faz parte integrante da Paisagem Linguística (que inclui os nomes de ruas), uma das mais recentes publicações de Landry e Bourhis (1997) providenciam uma clara e concisa definição sobre Paisagem Linguística:

(...) a língua de sinais públicos rodoviários, painéis publicitários (billboards), nomes de ruas, nomes de lugares, placas de lojas comerciais, placas públicas em edifícios do governo que combinam para formar a paisagem linguística de um dado território, região ou aglomeração urbana (Landry, 1997:25)

Este tipo de estudos possui particular importância por refletir a memória e a identidade cultural dos povos pela perpetuação de personalidades que marcaram o processo histórico,

lugares, factos e eventos, assegurando o conhecimento da nossa evolução histórica. São estes arquivos de memória (sinais públicos) que marcam o nosso sentimento de pertença, de identidade dos lugares e da sua apropriação coletiva.

No que respeita aos adjetivos, encontrou-se duas ocorrências de 1) “turca” e duas ocorrências de 2) “velha”. Procurou-se saber o significado no Dicionário VERBO da Língua Portuguesa, sabemos que “turco, -a I *adj.* 1. Da Turquia, país do Sudoeste da ásia. 2. Que tem origem na Turquia, que é feito à maneira dos turcos ou da sua cultura.” Este caso, refere-se a comida turca servida em Santa Cruz de Tenerife. No mesmo dicionário, procurou-se pelo significado de “velho, -a I *adj.* 1. Que tem muito tempo de existência. 2. Que tem muita idade, IDOSO. Este adjetivo sabemos que se refere à “zona velha” da cidade do Funchal, onde foi realizada a recolha dos corpora, e sabemos (como visto anteriormente) que trata-se das primeiras zonas a serem povoadas na ilha da Madeira, sendo a rua de Santa Maria das primeiras a ser batizada e mantendo-se até hoje com uma grande atividade comercial (Silva, 1995:155).

No que respeita ao uso de artigos definidos encontrados ao longo do corpus, encontrou-se na língua espanhola (11), portuguesa (7), inglesa (2) e francesa (1), conforme exarado no quadro 3.1, logo apresentado:

Quadro 3.1 - Artigos presentes nos corpora

<b>Artigos encontrados nos corpora</b>	
O	7
La	6
El	5

Dos artigos definidos do género masculino e singular, temos: “Le”; “The”; “El” e “O”. Encontramos apenas um artigo do género feminino e no singular: “La”.

Segundo a *Nova Gramática Didática de Português*: “os artigos indicam se o nome que precedem refere uma entidade conhecida (artigos definidos) ou uma entidade não identificada (artigos indefinidos)” (pág.131). Sabemos que os artigos definidos exibem formatos distintos em função do seu valor de género e número. Para compreender um grupo nominal com a presença de um artigo definido, parte-se do princípio de que o locutor e o interlocutor partilham o mesmo conhecimento acerca das entidades referidas. Logo, na ausência de um contexto que forneça a informação necessária, não é adequado iniciar uma sequência por um grupo nominal definido.

Tomemos como exemplo: “restaurante o velhinho” e “restaurante velhinho”: o uso do artigo “o” neste primeiro exemplo, remete-nos para algo ou alguém apelidado com o diminutivo “velhinho”, sem o uso deste artigo, parte-se do princípio que “velhinho” se refere ao restaurante pelo seu aspeto físico, ou pela apelidada “zona velha da cidade”. Expressa, assim, um grau típico do adjetivo, de forma a enfatizar as qualidades de algo ou alguém. O mesmo acontece nos artigos definidos nas línguas *supra* apresentadas.

### **3. Menus apresentados no Funchal, na rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, e em Santa Cruz de Tenerife, na avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso**

#### **3.1. rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo, no Funchal**

Captamos trinta e cinco fotos de menus em Tenerife e trinta e cinco no Funchal, sendo feita uma triagem, retirando-se as fotos poucos nítidas ou cortadas, obtendo-se desta forma, setenta fotos referentes a Santa Cruz de Tenerife e ao Funchal, na Madeira. As fotos captadas, foram retiradas nas mesmas ruas referentes aos nomes de estabelecimentos comerciais de restauração. Bagna e Machetti (2012) encaram os menus como um género que aloja a frequência de exotismos com distintas funções, como por exemplo galicismos e italianismos respeitantes a gastronomia e cozinha técnica (Bagna, n.d.).

A Figura 3.9., abaixo exposto, mostra-nos a predominância de línguas nos diversos menus no Funchal (rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo). De forma a categorizar os referidos menus por “predominância de línguas”, auxiliamo-nos ao *software* informático *Atlas.Ti Cloud*. Poderemos reparar que predomina a categoria monolíngue, com 24 ocorrências, sendo que 12 em português, 10 em inglês e 1 em francês e espanhol. Após esta categoria, predomina a bilingue com 7 ocorrências, 6 para menus em português e inglês e 1 para uma ementa em português e francês. A categoria com menos domínio trata-se da categoria plurilingue, com 4 ocorrências: duas situações em português, inglês e francês, uma em português, inglês e italiano e uma outra para português, inglês e espanhol.

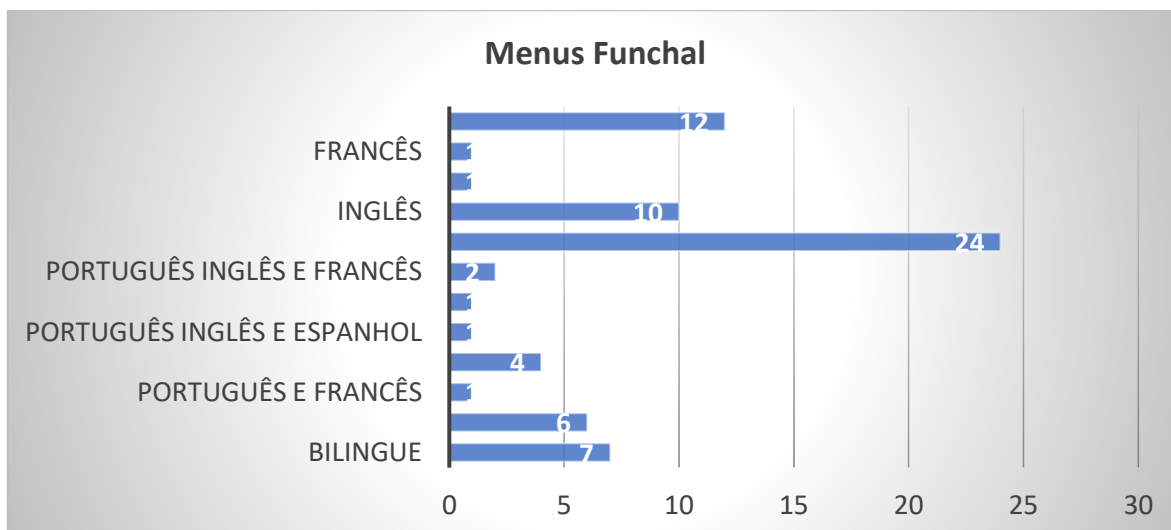


Figura 3.9. Predominância de línguas no Funchal.

### 3.2. Santa Cruz de Tenerife, na avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso

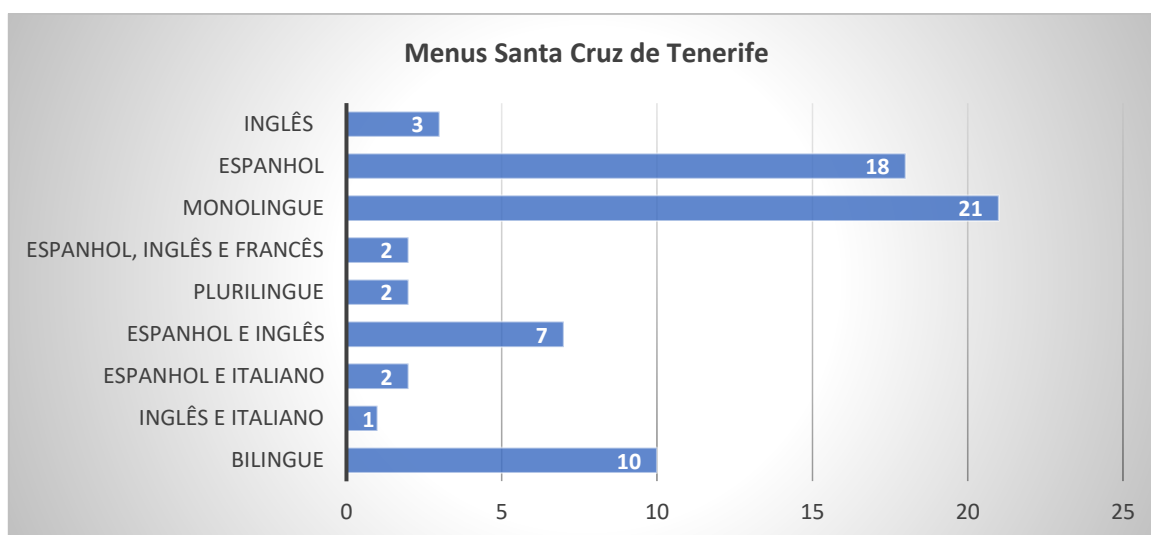


Figura 3.10. Predominância de línguas em Santa Cruz de Tenerife.

Em Santa Cruz de Tenerife, e à semelhança do Funchal, a categoria predominante é a monolíngue com 21 ocorrências, como poderemos observar na Figura 3.10. *supra* apresentada. Esta categoria refere-se a menus expostos apenas em espanhol (18) e inglês (3), notando que a língua materna tem prioridade relativamente a outras línguas, tal como o Funchal. Relativamente à categoria plurilíngue, obtivemos duas ocorrências que são relativas a menus expostos em espanhol, inglês e francês. No que respeita à categoria bilingue, obtivemos dez ocorrências, respeitantes a apenas espanhol e inglês, como maior parte (7), espanhol e italiano (2) e inglês e italiano (1).

A variedade linguística é mais bem entendida se for analisada de acordo com o público a que é dirigido, podendo-se estabelecer uma intersecção entre um determinado quadro relativo às práticas sociais das linguagens, que relevância os indivíduos lhes dão no quotidiano e a sua visão em função do seu uso com um determinado fim ou situação.

### 3.3. Análise morfológica dos capitais linguísticos presentes nos menus

Analisaram-se 35 menus referentes a Santa Cruz de Tenerife e rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo no Funchal. De forma a proceder à análise morfológica, utilizou-se o programa *Voyant Tools*, que nos mostra a densidade vocabular através da leitura e análise de textos digitais. Usou-se os termos mais frequentes, após a transcrição da informação escrita nas imagens em formato *Jpeg* para *Word* e, logo então, para o formato *RTF*, sendo possível a leitura e análise dos dados no referido programa.

Relativamente aos termos mais frequentes nos menus do Funchal, obteve-se uma densidade vocabular de 0.260 e uma média de palavras por unidade semântica de 1215.5, os termos com maior frequência são: bife (34); grelhado (33); and (32); camarão (28); espada (27); gambas (27); with (27); alho (24); espetada (24); sopa (24); tomate (24); atum (23); filete (23); peixe (22); frango (21); cogumelos (20); lulas (20); cebola (19); salada (19); grelhadas (17); queijo (17); fresco (16); manteiga (16); molho (16); vinho (16); mista (15); omelete (14); tomato (14); banana (13); fish (13); madeira (13); polvo (13); bolo (12); cocktail (12); grilled (12); presunto (12); caco (11)<sup>8</sup>; mariscos (11); bacalhau (10); grill (10); melão (10); porco (10) e sauce (10), conforme demonstrado através do *Gráfico 10*, que se segue:

---

<sup>8</sup> Relativo a “Bolo do Caco”:

[Culinária] Variedade de pão, originária da Madeira, que não é cozido no forno, mas sobre uma chapa quente ou uma base de cimento ou pedra, pelo que tem formato achatado e geralmente arredondado (ex.: *bolo do caco com manteiga de alho*). Fonte: Priberam

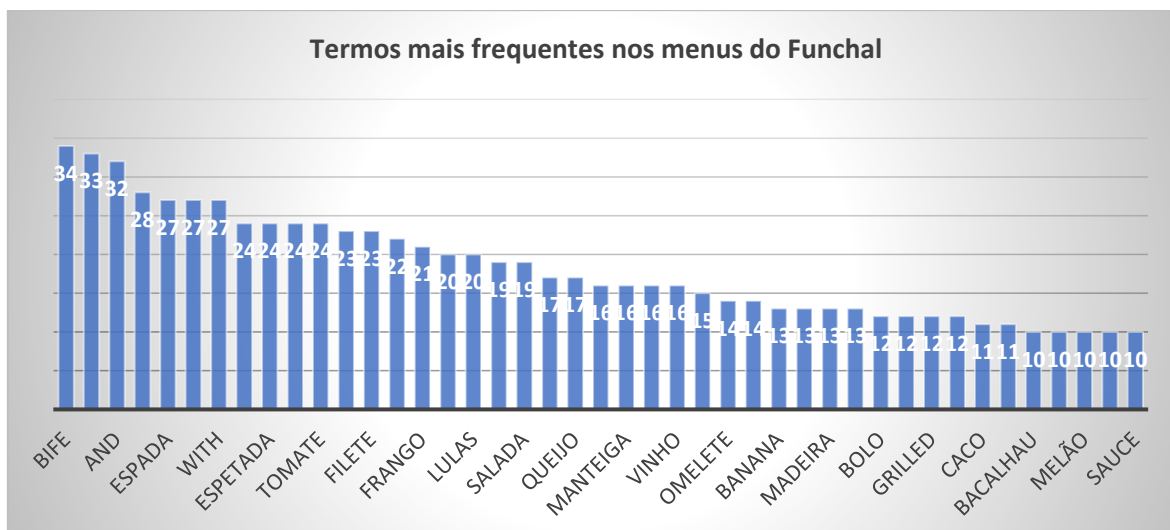


Figura 3.11. Termos mais frequentes nos menus do Funchal.

Respeitante a termos relativos a comidas e bebidas, obteve-se: bife (34); camarão (28); espada (27); gambas (27); alho (24); espetada (24); sopa (24); tomate (24); atum (23); filete (23); peixe (22); frango (21); cogumelos (20); lulas (20); cebola (19); saladada (19); queijo (17); manteiga (16); molho (16); vinho (16); omelete (14); “tomato” (14); banana (13); “fish” (13); polvo (13); bolo (12); presunto (12); caco (11); mariscos (11); bacalhau (10); melão (10); porco (10); “sauce” (10).

Como poderemos observar, grande parte ou a maior parte destes termos estão em português e em menor parte em inglês. Os termos em inglês, são: “and” (19) que se trata de uma conjunção, em português “e”; “with” em português “com”, tratando-se de uma preposição (27); “tomato”(14) que é um substantivo, em português “tomate”; o substantivo “fish” ou peixe (13); o substantivo “cocktail” (12) , relativo a “cocktail sauce”, em português “molho picante”; o adjetivo “grilled” (12) ou grelhado; o verbo “grill” (10) ou grelhar e o substantivo “sauce” (10) ou molho. Outros termos em português que não foram anteriormente mencionados, remetem-nos para a forma de confeção dos alimentos ou ao seu estado, tais como: 1) grelhado (33); 2) grelhadas (17) e 3) fresco (16). Sabemos que em 1) e 2), trata-se do participípio passado do verbo “grelhar” e em 3) trata-se de um adjetivo, relativo ao estado do peixe e usado de forma a captar o interesse do/s consumidor/es, mantendo um cardápio atraente.

Alguns destes termos remetem-nos para pratos específicos da região, estes são: espada (muitas vezes apresentado como “espada com banana”), espetada; madeira (partindo do princípio que se trata de “vinho madeira”); bolo (que em princípio será “bolo do caco”).

No caso de “espada com banana”, “vinho Madeira” e “bolo do caco”, sabemos que se trata de palavras compostas, pois são duas/três palavras distintas que se juntam de maneira a

formar uma nova palavra, tratando-se de um processo morfológico em que os elementos podem se relacionar com outros vocábulos de modo independente. No caso de “espetada”, sabemos que se trata de um substantivo feminino e um prato típico da ilha da Madeira em que alimentos, principalmente carne de vaca é assada num espeto.

Realizamos o mesmo método para Santa Cruz de Tenerife, obtendo uma média de palavras por unidade semântica de 469.5, com uma densidade vocabular de 0.462. Os termos com maior frequência, são: with (21); com (19); ensalada (15); papas (13); a (12); solomillo (12); pulpo (10); queso (10); pescado (9); plancha (9); croquetas (8); calamares (7); cheese (7); pollo (7); sauce (7); grilled (6); huevos (6); mojo (6); salmón (6); tartar (6); atún (5); cabra (5); carne (5); fritas (5); salsa (5); arrugadas (4); asado (4); canarios (4); cerdo (4); entrecot (4); fish (4); fresco (4); gambas (4); gaspacho (4); iberico (4); jamón (4); quesos (4); rotos (4); salad (4); secreto (4); squid (4); ternera (4); tuna (4), conforme o gráfico 11, *infra* apresentado:

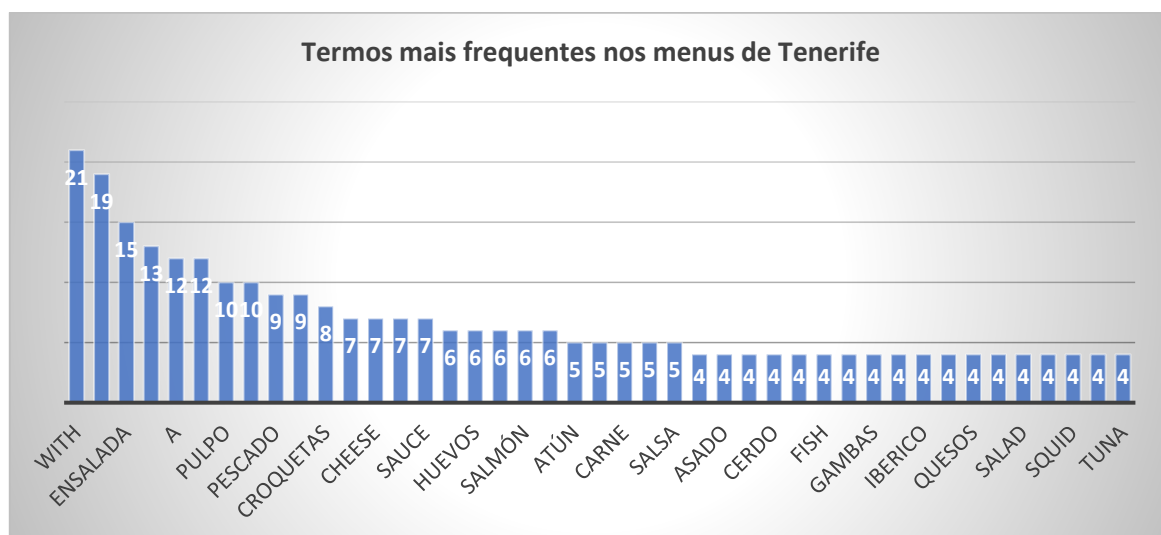


Figura 3.12. Termos mais frequentes nos menus de Santa Cruz de Tenerife.

Conforme poderemos verificar, o termo mais frequente é a preposição “with” com 21 ocorrências, em português “com”, seguindo-se da preposição “con” (19) em espanhol, tendo o mesmo significado. Outros termos em inglês são, por exemplo: “cheese” (queijo); “sauce” (molho); “grilled” (grelhado); “fish” (peixe); “salad” (salada); “squid” (calamar) e “tuna” (atum).

À semelhança dos menus do Funchal, damo-nos conta que nem todos os termos mais frequentes dizem respeito a comida, mas à forma de confeção e suas respectivas características, tomemos como exemplo: 1) “grilled”; 2) “fritas”; 3) “asado”; 4) “canarios”; 5) “fresco”; 6) “plancha” e 7) “rotos”. Em 1), 2), 3), e 6) trata-se de formas de confeção e em 4), 5) e 7) trata-

se de adjetivos que caracterizam o tipo de comida. Os termos “with”, “con” e “a”, trata-se de preposições.

No que respeita a termos que remetem para comida típica de Canárias e/ou Espanha, encontramos: “papas arrugadas”, “huevos rotos”, que são palavras compostas, bem como “queso asado” e “gaspacho”, em que é muito consumido neste território.

Poderemos verificar que tanto no Funchal/Madeira e Santa Cruz/Tenerife, predomina a língua de origem juntamente com o inglês, evidenciando sempre a comida típica de cada região. O uso do inglês, uma vez considerado uma língua franca, está sempre presente em ambos os territórios em estudo como segunda opção para além da língua de origem. Relativamente aos nomes de restaurantes, notou-se que remetem para outras culturas sem ser somente a cultura portuguesa e/ou espanhola. Através da Declaração Universal dos Direitos Linguísticos, poderemos encontrar no Artigo 7º que: “Todas as línguas são a expressão de uma identidade coletiva e de uma maneira distinta de apreender e descrever a realidade, pelo que devem poder beneficiar das condições necessárias ao seu desenvolvimento em todas as funções.” Podemos por isso dizer que a língua é o reflexo do povo, a memória coletiva em que este deposita a experiência a transmitir às gerações futuras, é o povo quem influencia a língua. Em todos os lugares onde duas línguas coabitam se passa algo parecido: seja por razões for, uma das línguas é a língua maioritária ou dominante e é nesta língua que se desempenham as funções sociais superiores. O facto de o turismo ser um contributo importante para ambas as ilhas, faz com que os comerciantes adotem medidas para cativar os turistas, como por exemplo, usar a linguagem que os estrangeiros/turistas utilizam, de forma a “vender” mais facilmente o seu produto.

Normalmente, os menus apresentam-se com muitos adjetivos, que descrevem o tipo de comida, trazendo algumas expressões que mostram sinais sobre a propriedade da comida relativamente ao custo do restaurante. Além desta componente, alguns menus apresentam a origem de determinado alimento e também termos em outros idiomas que transmitem uma sensação de refinamento.

Todos estes sinais contêm duas funções: a informal e a simbólica (Landry, R; Bourhis, 1997). A primeira que nos remete para as características linguísticas de um dado território e a segunda que envolve a perceção de membros de um grupo de idiomas que incorpora valores e *status* dos seus idiomas com outros idiomas. Tomemos como exemplo para a função informal, o uso de vocábulos que remetem para determinada cultura: comida típica, por exemplo. Para a segunda função, tomemos como exemplo a predominância das línguas, ou simplesmente o uso da língua de origem juntamente com o inglês (como língua franca), esta importância clara não causa estranheza pelo facto de o idioma maioritário ser a língua nacional dos respetivos estados

português e espanhol. O uso significativo do inglês é também uma estratégia de modernização e tem a ver com a globalização, facilitação da mobilidade, cada vez mais presente (voos *Low Cost* e promoções por companhias aéreas), ao cosmopolitismo e valores da modernidade.

### 3.4. Tipos de sinais

Nesta secção, examinou-se os diferentes papéis associados aos sinais. A linguagem da rua possui várias restrições que a distinguem da linguagem falada ou mesmo de outras formas de linguagem escrita. Os sinais apresentados pelos governos para seus cidadãos têm sido frequentemente diferenciados daqueles apresentados por outros órgãos ou indivíduos por outros indivíduos, clientes etc., chamados de "público" versus "privado" (Landry & Bourhis 1997), 'top-down' 'bottom-up' (Ben-Rafael et al. 2006; Lada 2011), 'oficial' versus 'não oficial' (Backus 2006) e 'estrutura cívica' versus 'mercado' (Kallen 2010). A divisão binária de top-down/ bottom-up foi criticada por Huebner (2009, 74) por ignorar a agência; Coupland (2010) argumenta que a grande maioria das placas de rua é descendente, seja dirigida a cidadãos ou consumidores. Para além de poderem ser designados por públicos ou privados, também poderão ser designados por sinais oficiais e não oficiais, fixos ou móveis. Os sinais públicos remetem para placas institucionais, edifícios de governo, nomes de ruas, por exemplo (Calvet, 1990).

Segundo Elana Shohamy, existem duas variantes de objetos linguísticos que compõem a paisagem, as placas *top-down*, placas estatais e governamentais, e as *bottom-up*, placas de agentes sociais privados. Neste trabalho analisou-se as placas *bottom-up*. As ruas são lugares onde as pessoas se movimentam e conduzem suas vidas. Os sinais são altamente indexais ao espaço real ao seu redor. Sua localização exata e orientação são cruciais para sua interpretação. Alguns sinais de controle são de autoria das autoridades centrais ou locais, com conteúdo, forma, forma e cor estabelecidos por regulamentos; outros são produzidos pelos proprietários. Em alguns casos, o design e a execução reais do sinal são entregues pelo autor a outra pessoa para inscrição, existindo profissões específicas para este tipo de função, por exemplo os designers gráficos.

Após primeira quantificação e interpretação dos dados relativos aos menus, fez-se uma nova análise relativa aos sinais móveis, respeitante aos menus. Obtivemos catorze exemplares para o Funchal e vinte e nove em Santa Cruz de Tenerife. As Figuras 3.13. e 3.14. *infra* apresentadas, mostram-nos o exemplo destes sinais móveis para ambas as cidades:



Figura 3.13. Sinal móvel no Funchal.



Figura 3.14. Sinal móvel Santa Cruz de Tenerife.

Constatamos, de acordo com as figuras apresentadas acima, que os sinais móveis podem ser colocados no passeio público, junto aos respectivos restaurantes e normalmente são escritos a giz, podendo-se apagar e modificar as ementas diariamente, bem como colocar estas placas noutra local, de forma estratégica para captar a atenção dos consumidores.

Os menus fixos, normalmente têm as mesmas ementas, pois o restaurante costuma vender esses pratos com frequência e apresentam-se com tinta permanente, ao contrário dos menus móveis, que normalmente estão escritos a giz, podendo ser modificados.

Essas placas fixas, normalmente, encontram-se à entrada do restaurante, como apresentado nas Figuras 3.15 e 3.16 abaixo:



Figura 3.15. Placa fixa no Funchal.



Figura 3.16. Placa fixa em Tenerife.

### 3.5. A multimodalidade presente nos sinais como formas de comunicação

O termo “multimodal”, de acordo com o dicionário Priberam, trata-se de um adjetivo de dois géneros, que significa “que apresenta vários aspetos ou vários modos”. Não se encontrou o termo nos dicionários VERBO nem da Academia das Ciências de Lisboa.

Neste subcapítulo, falaremos um pouco dos sinais multimodais encontrados ao longo dos *corpora*. Estes sinais remetem-nos para a indicação da página do estabelecimento ou forma de entrar em contacto à distância, tais como: Facebook, Twitter e Instagram, dado que são as redes sociais com maior número de utilizadores, segundo a fonte Wikipédia. Encontrou-se também informações de contacto referentes ao e-mail e número de telefone. Encarou-se todos estes aspetos como multimodais, devido às diferentes formas de representação, procurando a interação por parte do observador. No Funchal, encontrou-se 10 registos contendo esse tipo de informação e em Santa Cruz de Tenerife, encontrou-se 6 registos. As Figuras 3.17 e 3.18, abaixo apresentadas, mostram-nos esse exemplo.



Figura 3.17. Indicação da página do Facebook no Funchal.



Figura 3.18. Indicação da página do Facebook, Sta. Cruz de Tenerife.

Tendo em conta que a nossa sociedade aumenta constantemente o seu consumo visual, poderemos encarar este tipo de referência ao uso de meios de comunicação social como meios de interação social, revelando as relações com a sociedade e as suas formas de representação.

Kress e Van Leeuwen (1996), determinaram a existência de três funções na análise multimodal: representacional (estrutura narrativa e conceitual), interpessoal (contacto, afastamento social, postura e modo) e composicional (referente ao valor da informação).

Bourdieu (2001) define a simbologia dos sistemas como estruturas estruturantes com instrumentos de conhecimento e de comunicação, exercendo um poder estruturante pois são estruturados. Os símbolos são instrumentos da integração social, de conhecimento e de comunicação, onde o poder simbólico exerce força sobre o consumidor para a sua adesão. Norbert Elias (2002), tentou entender a capacidade humana para a formação de símbolos, defendendo que existem várias categorias de representação simbólica, uma delas a língua. Poderemos por isto dizer que o logótipo das redes sociais, sejam Instagram, Facebook, o uso frequente do termo “like”, que permite ao observador colocar o seu contributo na página da rede social de cada estabelecimento comercial, têm uma representação simbólica para um determinado grupo específico, o grupo que habitualmente usa as redes sociais, podendo partir do princípio que se trata de um grupo com uma faixa etária mais jovem e com conhecimentos informáticos e linguísticos. Estas marcas/símbolos constituem assim uma construção da realidade social, dependendo sempre dos critérios de cada indivíduo quanto à sua posição social/status/grupo e à sociedade a que pertence.

Poderemos por isso dizer que não há linguagem quando a representação se exterioriza, mas quando, de uma maneira regulada, ela tira de si um sinal e se faz representar por ele. Logo, os instrumentos simbólicos podem ser vistos como estruturas estruturantes em meios de comunicação, sejam línguas ou culturas *vs.* discurso ou conduta. Os objetos simbólicos são estruturas objetivas que funcionam em *opus operatum*, como referiram Hegel e Saussure.

### **3.6. A multimodalidade na apresentação dos nomes de restaurantes como formas alternativas e/ou artísticas**

Fez-se uma nova análise aos nomes de restaurantes, selecionando aqueles que, através da sua apresentação, demonstram formas peculiares e artísticas, usadas de maneira a captar o interesse e atenção do público consumidor. Encontrou-se 18 itens referentes ao Funchal – Zona Velha e 8 itens referentes a Santa Cruz de Tenerife que correspondem a esta forma de apresentação, tomemos como exemplo as Figuras 3.19., 3.20., 3.21., 3.22., abaixo demonstradas.



Figura 3.19. Nome de restaurante com uma apresentação multimodal no Funchal.

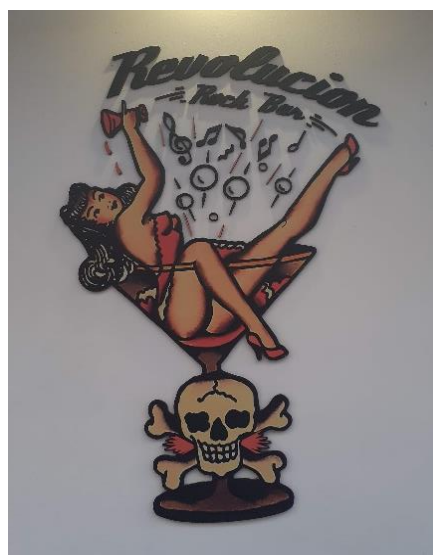


Figura 3.20. Nome de restaurante com uma apresentação multimodal no Funchal.



Figura 3.21. Nome de restaurante com uma apresentação multimodal em Sta. Cruz de Tenerife.



Figura 3.22. Nome de restaurante com uma apresentação multimodal em Sta. Cruz de Tenerife.

As Figuras 3.19 e 3.20. dizem respeito ao Funchal, mais precisamente à rua de Santa Maria, na primeira imagem pode-se verificar o nome de restaurante “TOKA DE BACO”, em que o “T” tem formato de um instrumento com que se extraem as rolhas das garrafas, contendo um “K” em vez de “C” e no interior do “A” contem uma imagem de uma garrafa de vinho, à semelhança de “BACO” que contem “DE” no interior de “B”. Sabe-se que “toca” segundo o dicionário Priberam é um substantivo feminino e trata-se de 1) lura onde se recolhem coelhos e outros animais; covil; 2) buraco em tronco de árvore; 3) casebre, casa pequena e pobre”. Já “Baco”, trata-se de um nome adotado pelos romanos relativo ao deus grego Dionísio, tratando-

se do deus do vinho, ebriedade, dos excessos (em especial aos sexuais) e da natureza (Bulfinch, 2006).

Na segunda imagem, Figura 3.20. é apresentado o nome de bar “Revolucion” seguindo-se de Rock Bar. Na sua apresentação é exibida uma imagem de uma miss pin-up dentro de um copo de cocktail segurado por uma caveira, simbolizando a sensualidade segurada pela morte. Referente a Santa Cruz de Tenerife, na Figura 3.21. temos “BROCHETAPAS”, termo formado por aglutinação em que por um lado temos “brocheta” alusivo a espetada em espanhol e “tapas” alusivo a um petisco que é servido como entrada de uma refeição. Sem espaço entre estes dois termos, temos “TA” de “TAPAS” em cor vermelha e todas as siglas encontram-se em maiúsculas. Na Figura 3.21., temos “Sintonía” em que o “S” é apresentado com uma clave de sol. Parte-se do princípio que seja um espaço de dança, dedicado à música. Segundo o dicionário Priberam, este termo deriva do grego “suntonía” e é relativo a tensão e intensidade, no seu sentido figurado significa um estado de entendimento e de harmonia.

De acordo com Castro, Marcelino de (2018:13) relativamente à imagem, refere que a “prevalência do ícone e da imagem não é certamente alheia à importância da imaginação como traço distintivo da cognição humana, face ao reino animal, muito mais do que a linguagem, como parecem indicar estudos quer de antropólogos quer de neurocientistas e de psicólogos, que cada vez mais assertivamente indicam que “a imagem” precedeu o “verbo”, deste modo pressupondo as culturas humanas a representação mental”. Esta afirmação, leva-nos ao ditado “uma imagem pode valer mais do que mil palavras”, pois é de carácter subjetivo, encarado por diferentes formas e diferentes olhares, tal como Saussure (1975:15) indicara: “o ponto de vista cria o objeto”.

#### **4. O uso de maiúsculas na apresentação dos nomes de restaurantes**

Damo-nos conta do uso de letras maiúsculas em todas as siglas, nos nomes de estabelecimentos de restauração, encontrou-se 13 exemplos no Funchal e 15 referentes a Santa Cruz de Tenerife.

Comummente a letra maiúscula é usada no início da frase, por vezes de forma a realçar determinadas palavras num texto. Sabe-se que através do acordo ortográfico de 1990, houve uma maior flexibilidade na escolha do uso de minúscula e/ou maiúscula, no entanto, deparou-se com o facto destes exemplos (abaixo) serão encarados como desvios linguísticos ou produções artísticas.



Figura 3.23. Uso de maiúscula no Funchal - rua de Santa Maria.



Figura 3.24. Uso de maiúscula em Santa Cruz de Tenerife, avenida Anaga.

Notamos que relativamente à Figura 3.23., temos a presença de letras maiúsculas, ora em tamanho maior, ora em menor tamanho, bem como a uma escrita que nos remete a um acordo ortográfico de 1920, cuja portaria é nº 2355, como poderemos verificar em “donna” em vez de “dona”. Nota-se que o tipo de letra é clássico e o substantivo feminino “venda”, segundo o dicionário Priberam remete para uma pequena mercearia, associada a um bar. Sabe-se através do mesmo dicionário que “dona” remete para o tratamento e título honorífico precedente ao nome de senhoras, bem como uma senhora nobre ou proprietária. Na Figura 3.24, nota-se por igual a presença de maiúsculas. “TIFFANY’S” é um substantivo inglês que significa “gaze de seda”, poderá remeter também para uma marca de joias luxuosas norte-americana “Tiffany & Co”.

## 5. A representação do signo e marca

Desde o estoicismo, o sistema dos signos no mundo ocidental fora ternário, pois nele se reconhecia o significante, o significado e a «conjuntura». O conhecimento e a linguagem entrecruzam-se estreitamente, ambos têm a mesma origem e o mesmo princípio de funcionamento na representação. A linguagem não assenta num movimento natural de compreensão ou de expressão, mas nas relações reversíveis dos signos e das suas representações. Como vimos anteriormente, Foucault (1991) diz que as marcas dependem intrinsecamente das semelhanças e que estas recebem uma marca de forma intermediária dessa mesma semelhança, linguagem que integra grande parte destas similitudes e marcas, referindo ainda que “Não há semelhança sem marcas. O mundo do similar não pode deixar de ser um mundo marcado” e que “o saber das similitudes se funda no levantamento destas marcas e na sua decifração”. As marcas são representações sociais que constituem mecanismos de

construção da realidade social, dependendo sempre dos critérios que cada indivíduo partilha quanto à posição social/*status*/grupo ou à sociedade a que pertence.



Figura 3.25. Exemplo de marca registada.



Figura 3.26. Exemplo de marca registada.

As Figuras 3.25. e 3.26., *supra* apresentadas, mostram o exemplo da presença de marcas registadas, à luz de Foucault (1991), conforme referido acima. Poderemos verificar, através da Figura 3.26., a presença do símbolo ®, que indica propriedade intelectual, protegendo os nomes e logótipos de determinadas companhias, consoante a sua atividade económica. Na Figura 3.25., nota-se a indicação de um grupo “GRUPO C COMPOSTELANA”, que também remete para a própria marca daquela companhia. As imagens simbólicas são um importante elemento constitutivo dos processos da realidade social. É através das convicções e nas definições que os indivíduos partilham as suas posições sociais relativamente ao seu grupo ou

à sociedade de pertença. O conhecimento destas representações sociais (como estes símbolos) é essencial para explicar e compreender as dinâmicas em ato num dado contexto social.

Na mesma medida, poderemos verificar alguns casos relativos a nomes de restaurantes, que remetem para uma personalidade artística: “Mozart”, por exemplo, ou até mesmo a obras literárias, como o caso de *Dona Joana-Rabo-de-Peixe*, de João carlos Abreu, que deu nome à tasca literária (restaurante) na zona velha do Funchal. Dado que se trata de nomes de estabelecimentos de restauração com uma linguagem culta e cuidada, parte-se do princípio que é dirigido para um público instruído, seja com conhecimentos de música clássica ou de literatura. No caso relativo ao bar “23 vintage bar”, achou-se que, através do uso do vocábulo “vintage” referente aos anos 20, o público a quem é dirigido não será tão jovem, será um público adulto. Em Santa Cruz de Tenerife, verificou-se que não existe nenhum estabelecimento comercial de restauração com referência a uma obra literária, a uma personalidade artística, contudo, verificou-se o uso de uma linguagem que remete maior proximidade, como : “Berlin 89, derriba tus muros”, em português, a informação auxiliar traduz-se por : “derruba os teus muros”. O pronome possessivo “teus”, remete-nos para um tratamento com maior proximidade, normalmente utilizado por indivíduos jovens.

Em ambas as áreas geográficas, deu-se conta da presença de desvios linguísticos, como a sobreposição do uso do “c” pelo “k”, normalmente esta situação verifica-se na interação entre jovens, principalmente na comunicação por *SMS*. Tomemos como exemplo as seguintes situações: “Toka de baco drinks, wine & tapas”, no Funchal e Arkaba 23 lounge, em Santa Cruz de Tenerife. Pode-se por isso dizer que em Santa Cruz de Tenerife, os estabelecimentos comerciais de restauração bem como a presença de maior número de bares e locais destinados à dança relativamente ao Funchal é superior, logo parte-se do princípio que é dirigido a um público mais jovem do que propriamente o público que frequenta os estabelecimentos de restauração/bares e afins no Funchal.

## CONCLUSÃO

Finalmente, partiremos da nossa pergunta de investigação inicial: a paisagem linguística será idêntica no Funchal/Madeira – rua de Santa Maria e Largo do Corpo Santo e Santa Cruz/Tenerife – avenida Anaga e rua Bethencourt de Alfonso?

Como poderemos verificar, analisámos nomes de restaurantes e menus que constituem a paisagem linguística em apreço. No que respeita a nomes de restaurantes analisámos um número semelhante: quarenta e um nomes de estabelecimentos comerciais no Funchal e trinta e oito em Santa Cruz de Tenerife. Após a sua categorização por tipo de estabelecimento (apenas de restauração, bebidas ou mistos com espaços destinados a dança), deu-se conta que não existe grande discrepância entre esta classificação, neste sentido a paisagem é semelhante. Posteriormente, analisámos os nomes de estabelecimentos comerciais de acordo com a presença de vocábulos com vertente regional, presença de mais do que uma língua e aqueles que, através do seu nome, remetem para uma determinada cultura. De acordo com essa classificação e quantificação, notou-se também que não existe grande discordância entre os dados, o que nos leva a concluir que também são idênticos neste aspeto. Fizemos a análise de nomes de estabelecimentos comerciais e respetivas informações auxiliares em formato bilingue, dando conta que em ambos os cenários se utiliza frequentemente a língua de origem (seja português ou espanhol, respetivamente) em conjunto com o inglês, maioritariamente. Excecionalmente, no caso do Funchal e em pequeno número, utilizámos o português e francês bem como o espanhol e o inglês (3, 1 respetivamente). No que respeita a nomes de estabelecimentos comerciais em formato monolingue, obtivemos números idênticos para ambas as regiões geográficas (à exceção do francês no Funchal).

Pode, por isso, dizer-se que a paisagem linguística é semelhante em ambos os espaços geográficos, respeitantes a nomes de estabelecimentos comerciais de restauração/bebidas/mistos.

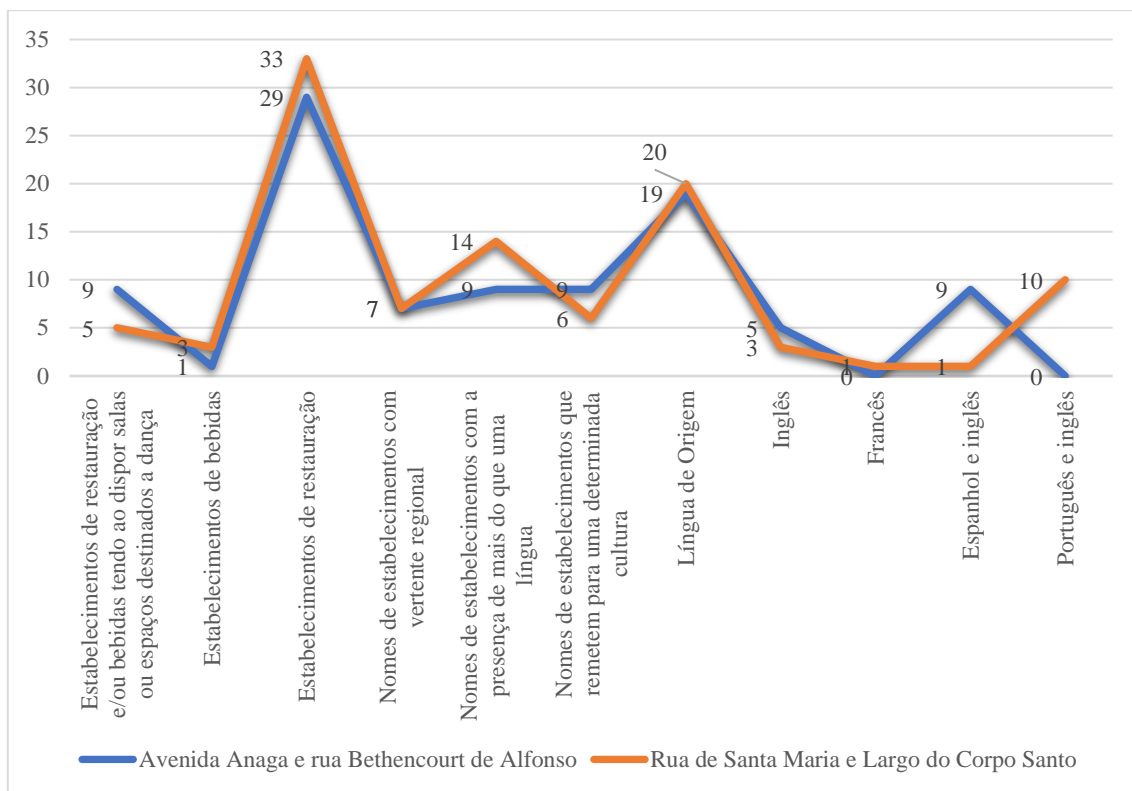


Figura 3.27. Visão geral dos dados analisados dos nomes de estabelecimentos de restauração e /ou bebidas.

Relativamente aos menus e referente à predominância de línguas, analisou-se o mesmo número (trinta e cinco menus) de cada localidade. Sabe-se que, relativamente à língua de origem de cada localidade, no Funchal a língua portuguesa em formato monolíngue apresenta-se com vinte ocorrências, enquanto que o espanhol em Santa Cruz de Tenerife, apresenta-se com dezanove ocorrências. No Funchal, repara-se que a diversidade de línguas é maior do que em Santa Cruz de Tenerife, obteve-se francês e italiano, ou a conjugação de carácter plurilingue como português, inglês e francês/italiano/espanhol, ou seja, relativamente à categoria plurilingue, o Funchal apresenta-se com maior número e diversidade linguística. Em Santa Cruz de Tenerife, a categoria plurilingue é de duas ocorrências, enquanto que no Funchal é de quatro. No que respeita à categoria bilingue, obteve-se dez em Santa Cruz de Tenerife e sete ocorrências relativamente ao funchal. Neste sentido, pode-se concluir que a paisagem linguística é semelhante em ambas as localidades.

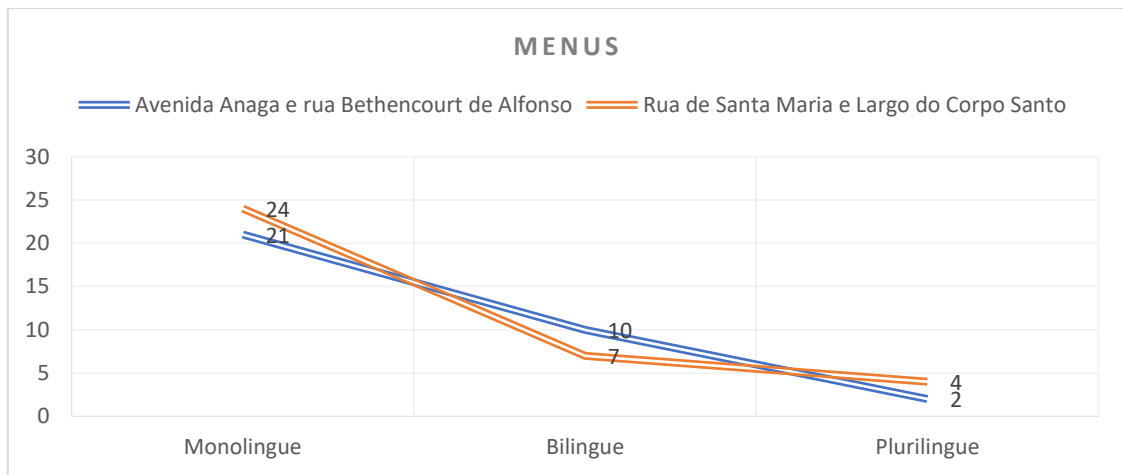


Figura 3.28. Visão geral dos dados analisados dos menus.

Das hipóteses anteriormente apresentadas, e relativamente aos menus, pode-se concluir que a presença de línguas estrangeiras nos diversos suportes informativos verifica-se com a mesma expressão nas duas cidades, seja de forma monolingue, bilingue ou plurilingue e o predomínio de umas línguas relativamente a outras justifica-se na razão da proporcionalidade de visitantes estrangeiros nas duas cidades, principalmente com o uso do inglês como segunda opção à língua de origem seja português ou espanhol, estando presente nos mesmos locais das duas cidades.

No que respeita ao tipo de público a quem a paisagem está dirigida, seria necessário incluir neste estudo a aplicação de inquéritos ou entrevistas, contudo, reparámos que anteriormente, relativo às expressões utilizadas e vocábulos, no Funchal há vestígios de linguagem culta/cuidada através do uso de nomes de restaurantes com personalidades da música clássica ou obras literárias. Em Santa Cruz de Tenerife, há um tratamento mais íntimo, como o uso do pronome possessivo “teus”, e em ambas as zonas geográficas há presença de desvios linguísticos como a transposição do “c” pelo “k”. Desta forma, poderemos dizer que o público em Santa Cruz de Tenerife é possivelmente mais jovem, mais dinâmico, mais prático do que propriamente o público do Funchal que tanto poderá ser um público mais jovem ou adulto, como também mais ou menos culto ou instruído, neste ponto de vista.

## **Limitações e Recomendações**

Consideramos relevante referir que, no decorrer das caminhadas, nos deparámos com alguns comerciantes que questionaram por que razão estavam a ser tiradas fotografias, o que levantou a alguma dificuldade na recolha dos *corpora*. Contudo, os dados são públicos porque afixados no exterior dos estabelecimentos, constituindo, por isso mesmo, paisagem linguística. Achou-se, também, que os fatores meteorológicos (encadeamento solar/sombras) influenciaram negativamente esta recolha, tendo que posteriormente selecionar criteriosamente os dados para serem analisados.

Como se trata de um trabalho científico, é inevitavelmente importante assegurar a replicabilidade deste estudo, como incluir uma análise mais aprofundada com a aplicação de inquéritos e/ou entrevistas. Tratando-se de um trabalho sincrónico, em que os dados foram recolhidos em alturas sazonais apelidadas por “época alta”, sensivelmente nos meses de agosto e início de setembro de 2019, seria interessante fazer uma nova recolha de forma a verificar se a paisagem está semelhante ou se houve alterações. Estas alterações poderão ser devidas ao clima, catástrofes naturais, económicas, propriedade do estabelecimento diferente e público diferente, situação de pandemia (como a situação atual de Covid-19, que levou ao fecho de estabelecimentos comerciais e a novos critérios e regras por parte dos estabelecimentos e para o público). Nisto, e dado o contexto atual de pandemia mundial, a paisagem certamente será diferente (pelo fecho de estabelecimentos de restauração e estabelecimentos noturnos com espaços destinados à dança), bem como o seu público (maioritariamente os espaços serão frequentados pelo público residente), o que leva à necessidade de adaptação a um novo contexto para um público diferente daquele que frequentava estes espaços anteriormente, logo o *Habitus* Bourdieu (2002) linguístico terá uma nova forma, uma nova adaptação.

## BIBLIOGRAFIA

- A Conferência Mundial sobre Direitos Linguísticos, "Declaração Universal dos Direitos Linguísticos", Barcelona, Espanha, junho de 1996
- Albuquerque, L. de. (1987). Algumas reflexões a propósito da palavra «descobrimento». *Isleña*, 1, 6–11.
- Althusser, L. (1976), *Positions*, Paris, Editions Sociales.
- Alves, G. (2001), *Dimensões da Globalização. O Capital e Suas Contradições*, Brasil.
- Amiana Peck & Felix Banda (2014), *Observatory's linguistic landscape: semiotic appropriation and the reinvention of space*, *Social Semiotics*, 24:3, 302-323, DOI: 10.1080/10350330.2014.896651
- Antonio Bruyèl-Olmedo & Maria Juan-Garau (2009) "English as a língua franca in the linguistic landscape of the multilingual resort of S'Arenal" in *Mallorca, International Journal of Multilingualism*, 6:4, 386-411, DOI: 10.1080/1479071090312
- Antônio, Mauro de Salles Vilar (2001), HOUAISS, *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda., Rio de Janeiro, Objetiva.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). "Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis", *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/J.JOI.2017.08.007>
- Azevedo, Domingos de, Grande Dicionário de Francês Português, vol.4 G-Z
- Backhaus, Peter (2006), "Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape. V.3", *International Journal of Multilingualism*.
- Bagna, Machetti (2012), "LL and Italian menus and brands" in *Linguistic Landscapes Multilingualism and Social Change*
- Baptista, João Manuel de Lemos (2005), *A evolução do turismo na Madeira no período 1975 a 2000: análise dos indicadores estatísticos disponíveis e grau de interesse e de fiabilidade na medição e projecção da evolução do sector do turismo*, Dissertação de Mestrado, Univ. de Aveiro.
- Barni, Monica, Bagna, Carla (2010), *Linguistic Landscape and Language Vitality, linguistic landscape in the city*, s.l.
- Ben-Rafael, E. Shohamy, et. a. (2006). "Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel", *International Journal of Multilingualism*, 3, 7–30.
- Bloomaert, Jan (2014), Infrastructures of superdiversity: Conviviality and language in an Antwerp neighborhood. *European Journal of Cultural Studies*, <https://doi.org/10.1177/1367549413510421>.
- Bogatto, Francois; Helot, Christine (2010), Linguistic Landscape and Language Diversity in Strasbourg: The `Quartier Gare', *Linguistic Landscape in the City*.
- Booth, A. (2006), "Brimful of Starlite": toward standards for reporting. *J Med Lib Assoc*, 94 (October), 421–430.
- Booth, A., & Brice, A. (2004), *Evidence-based practice for information professionals: a handbook*. London: Facet.
- Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2016), *Systematic approaches to a successful literature review*. London: SAGE.
- Boudon, R. (1990), La place du désordre. Critique des théories du changement social. s.n. Paris.
- Boudon, Raymond (1990), *O lugar da desordem*, Lisboa: Gradiva.
- Bourdieu, Pierre (1983), *La distinction: Critique sociale du jugement*. s.n. Paris.
- Bourdieu, Pierre (1996), *A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Bourdieu, Pierre (2001), *O poder simbólico*, Lisboa: Difel editora
- Bourdieu, Pierre (2002), *Esboço de uma teoria da prática*, Lisboa: Celta editora,
- Bourdieu, Pierre (2010), *A distinção. Uma crítica social da faculdade do juízo*, Lisboa: Ed.70.
- Bourdieu, Pierre. (2001), *O Poder Simbólico*, Difel.
- Brandão, Raúl (2009), *As Ilhas Desconhecidas. Notas e Paisagens*. s.n. Ponta Delgada.
- Bruyel-Olmedo, Antonio, Juan-Garau, Maria (2015), "Shaping tourist LL: language display and the sociolinguistic background of an international multilingual readership", *International Journal of Multilingualism*.

- Cabildo de Lanzarote, informe sobre el todo-incluido en Lanzarote. *Centro de Datos: Consejería de Ciencia y Tecnología*, (2004), disponível em: <[http://www.datosdelanzarote.com/Uploads/doc/-](http://www.datosdelanzarote.com/Uploads/doc/-Todo-)Todo-
- Calvet, L.-J. (1990), Des mots sur les murs: Une comparaison entre Paris et Dakar. In *Actes du colloque international à Dakar, du 15 au 17 décembre 1990* (Agence de, pp. 73–83). Paris.
- Cardoso, Levi Armando (1961), *Toponímia brasileira*, Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército.
- Cartier-Bresson, Henri (1952), *Images à La Sauvette*, Paris, Fondation Henri Cartier-Bresson
- Cassirer, E. (1946), *The Myth of the State*. New Haven.
- Casteleiro, João Malaca (Coord.) (2001), *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea*, Lisboa, Academia das Ciências de Lisboa e Editorial Verbo.
- Castro, Marcelino de, «Imaginário», *Tribuna da Madeira*, ed. De 28 de setembro, 2018, p.13.
- Chen, C. (2017), Science Mapping: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Data and Information Science*, 2(2), 1–40. <https://doi.org/10.1515/jdis-2017-0006>
- Chrismi-Rinda Kotze & Theodorus du Plessis (2010) Language visibility in the Xhariep – a comparison of the linguistic landscape of three neighbouring towns, *Language Matters: Studies in the Languages of Africa*, 41:1, 72-96, DOI: 10.1080/10228195.2010.494682.
- Clemente, Mariana (2019), “E se a paisagem nos contasse histórias? Uma nova perspetiva da cidade de Aveiro”, *Diário de Aveiro*.
- Coluzzi, Paolo (2009), The Italian linguistic landscape: the cases of Milan and Udine, V.6, *International Journal of Multilingualism*.
- Cooper, C., Booth, A., Varley-Campbell, J., Britten, N., & Garside, R. (2018). Defining the process to literature searching in systematic reviews: a literature review of guidance and supporting studies. *BMC Medical Research Methodology*, 18(1), 85. <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0545-3>.
- Cordeiro, Luciana; Soares, Cassia Baldini (2019), Revisão de escopo: potencialidades para a síntese de metodologias utilizadas em pesquisa primária qualitativa, In: *Boletim do Instituto de Saúde - BIS*. Unidade: EE
- Cortesão, Armando (1973), *O descobrimento do Porto Santo e da Madeira e o Infante D. Henrique*. Coimbra
- Costa, A. Carvalho da (1949), Corografia Insulana. Descrição Topográfica das Ilhas dos Açores e da Madeira, Os Pedreiros Livres na Inquisição e Corografia Insulana (transcrição, introduções e notas de Cabral do Nascimento), Arquivo Histórico da Madeira (Série Monografias relativas à História do Arquipélago), Câmara Municipal do Funchal, pp. 45-85
- Costa, Margarida Faria da, Sofia Pereira da Silva (Coords.) (2004), *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto, Porto Editora
- Coupland, Nikolas (2012). Bilingualism on display: The framing of Welsh and English in Welsh public spaces. *Language in Society*. 41. 10.1017/S0047404511000893. [cuments/13/1364926722-turismo\\_en\\_canarias.pdf](https://doi.org/10.1017/S0047404511000893) > Acesso em: 04/06/2020
- Dailey, R. M., Giles, H., & Jansma, L. L. (2005), “Language attitudes in an Anglo-Hispanic context: the role of the linguistic landscape”, *Language & Communication*, 25(1), 27–38. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2004.04.004>.
- Defarges Philippe Moreau. (1993). *A Mundialização o Fim das Fronteiras*. Lisboa. Instituto Piaget.
- Descartes, R., *Discurso do Método e Tratado das Paixões da Alma*, Lisboa, Sá da Costa, 1961, p. 14.
- Dicionário VERBO Língua Portuguesa (2006).
- Dinis, M. J. de B. (2001), Os Expostos no Concelho do Funchal (1820-1869) Um estudo de História Social. In *O Funchal Oitocentista: espaço urbano e rural* (pp. 21–28). Funchal.
- Dray, S. (2010). Ideological struggles on signage in Jamaica.
- Edelman, Loulou & Gorter, Durk. (2010). Linguistic Landscapes and the Market. 10.1007/978-0-230-29692-3\_9.
- Elias, N. (1994). *Teoria Simbólica*, Lisboa, Celta.
- Eliezer Ben-Rafael , Elana Shohamy , Muhammad Hasan Amara & Nira Trumper-Hecht (2006), “Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel, *International Journal of Multilingualism*”, 3:1, 7-30, DOI: 10.1080/14790710608668383
- Faria, Isabel Hub; Pedro, Emília; Duarte, Inês; Gouveia, Carlos (1996), *Introdução à Linguística Geral e Portuguesa*, Lisboa, Editorial Caminho

- Fernandes, Cleudemar Alves (2000), *Contribuições de Erving Goffman para os estudos linguísticos*, Cadernos de Linguagem e Sociedade
- Focault, Michel (1991), *As palavras e as coisas*, Lisboa: Edições 70.
- Frutuoso, Gaspar (1966), *Saudades da Terra*. Ponta Delgada.
- Frutuoso, Gaspar. *Saudades da Terra (6 vols.)*. Ponta Delgada (Açores): Instituto Cultural de Ponta Delgada, 2005. 124p.
- Garfinkel, Harold (1967), *Studies in Ethnomethodology*.
- Garvin, Rebecca Todd (2010), *Responses to the Linguistic Landscape in Memphis, Tennessee: An Urban Space in Transition, Linguistic Landscape in the City*.
- Giddens, Anthony (1999), *O mundo na era da globalização*, Lisboa, Ed Presença.
- Goffman, Erving (1963). *Behavior in Public Places*. New York.
- Goffman, Erving (1993), *A apresentação do eu na vida de todos os dias*, Lisboa: Relógio d'água.
- Gomes, C., & Pereira, J. (2016), "O Produto Turístico All Inclusive na Ilha de Tenerife, Espanha: características, problematizações e desafios", *Revista Turismo Em Análise*, 27(1), 108-130. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v27i1p108-130>
- Gomes, M. (2019), Contributos do Turismo Cultural no Arquipélago da Madeira para um Turismo Sustentável – A importância do património cultural imóvel, *Dissertação de Mestrado. Universidade da Madeira*.
- Gomes, Vitor (2000), *O Comércio no Centro do Funchal*
- Gonçalves, Kellie (2012), *Semiotic Landscapes and Discourses of Place within a Portuguese-Speaking Neighborhood*, University of Berne, Switzerland.
- Google Maps. (n.d.). Retrieved December 25, 2019, from <https://www.google.com/maps/@38.600868,-28.012561,1257m/data=!3m1!1e3?hl=pt-PT>
- Gorter, Durk. (2006), Introduction: "The Study of the Linguistic Landscape as a New Approach" to *Multilingualism. International Journal of Multilingualism*. 3. 1-6. 10.1080/14790710608668382.
- Gorter, Durk. (2013), "Linguistic Landscapes in a Multilingual World". *Annual Review of Applied Linguistics*, 33. 190-212. 10.1017/S0267190513000020.
- Gorter, Durk; Aiestaran, Jokin; Cenoz, Jasone (2012), "The Revitalization of Basque and the Linguistic Landscape of Donostia-San Sebastian, Minority Languages in the Linguistic Landscape".
- Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira Ilustrada com cerca de 15.000 gravuras, Vol. XV, Editorial Enciclopédia, Limitada, Lisboa, Rio de Janeiro.
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009), "A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies", *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91–108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Habermas, Jurgen (2010), *Fundamentação Linguística da Sociologia*, Lisboa, Edições 70.
- Habermas, Jurgen (2010), *Teoria da racionalidade e teoria da linguagem*, Lisboa, Edições 70.
- Hawking, Stephen, Quotes. (n.d.). BrainyQuote.com. Retrieved June 6, 2020, from BrainyQuote.com Web site: [https://www.brainyquote.com/quotes/stephen\\_hawking\\_627123](https://www.brainyquote.com/quotes/stephen_hawking_627123)
- Heller, M. (1990). Bilingualism – R. Appel and P. Muysken, Language contact and bilingualism. London and Baltimore, MD: Edward Arnold, 1987. PP. 213. *Language in Society*, 19 (3), 403-406. Doi: 10.1017/S0047404500014573
- Hernández, Z. (1999). Canarias isla a isla - Tenerife. In *La Enciclopedia temática e ilustrada de Canarias* (pp. 534–550).
- Huebner, Thom (2006), Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing and Language Change, V.3, *International Journal of Multilingualism*
- INRA. (2017). Cortext Manager - Cortext.
- Jakobson, Roman (1916), *Linguística e Comunicação*, São Paulo, Cultrix
- Kallen, Jeffrey L (2010), Changing landscapes: Language, space and policy in the Dublin linguistic landscape.
- Kasanga, Luanga Adrien (2012), Mapping the linguistic landscape of a commercial neighbourhood in Central Phnom Penh, *Journal of Multilingual and Multicultural Development*
- Klut, Teresa (2019). *Casa de Bordados*. Funchal.
- Kopinska, Marta; Imaz Agirre, Ainara, (2011) *Attitudes towards Basque standard (Euskara Batua) and dialects of Basque*. XXIX AESLA International Congress Salamanca, Spain.

- Kotze, Chrismi-Rinda, du Plessis, Theodorus (2010), V.41, Language visibility in the Xhariep - a comparison of the linguistic landscape of three neighbouring towns, *Language Matters*
- Kress, G. and Van Leeuwen (1996), T. *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. Routledge, London.
- Krippendorf, J. (2001), *Sociologia do Turismo: Para uma nova compreensão do lazer e das viagens*, São Paulo, Aleph.
- Lado, Beatriz (2011), Linguistic landscape as a reflection of the linguistic and ideological conflict in the Valencian Community, V.8, *International Journal of Multilingualism*.
- Lai, Mee Ling (2013), The linguistic landscape of Hong Kong after the change of sovereignty, V.10, *International Journal of Multilingualism*.
- Landry, R; Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, pp. 457–463.
- Leeman, Jennifer, Modan, Gabriella (2010), Selling the City: Language, Ethnicity and Commodified Space, *Linguistic Landscape In The City*
- Lezcano, Victor Morales, (1986), “*Los ingleses en Canarias*”, Viceconsejería de Cultura y Deportes, Gobierno de Canarias (1992).
- Lou, Jackie Jia (2012), Chinatown in Washington, DC: The bilingual landscape, V.31, *World Englishes*.
- Luanga Adrien Kasanga (2012), Mapping the linguistic landscape of a commercial neighbourhood in Central Phnom Penh, *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 33:6, 553-567, DOI: 10.1080/01434632.2012.683529.
- Luk Van Mensel, Mieke Vandembroucke, Robert Blackwood (2016), *Linguistic Landscapes*, Oxford Handbook of Language and Society
- Machado, Luis Alberto, "Globalización, integración, y las relaciones Mercosur – Comunidad Andina." nte raci n e uidad desarrollo. Quito: FLACSO, 2005. 53-76. Print.
- Maly, Ico. (2016), “Detecting social changes in times of superdiversity: an ethnographic linguistic landscape analysis of Ostend in Belgium”. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 42. 1-21. 10.1080/1369183X.2015.1131149.
- Mariko Shiohata (2012), “Language use along the urban street in Senegal: perspectives from proprietors of commercial signs”, *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 33:3, 269-285, DOI: 10.1080/01434632.2012.656648
- Martín-Martín, A., Orduna-Malea, E., & Delgado López-Cózar, E. (2018), Coverage of highly-cited documents in Google Scholar, Web of Science, and Scopus: a multidisciplinary comparison. *Scientometrics*, 116(3), 2175–2188. <https://doi.org/10.1007/s11192-018-2820-9>
- Martín-Martín, A., Orduna-Malea, E., Thelwall, M., & López-Cózar, E. D. (2018), *Google Scholar, Web of Science, and Scopus: a systematic comparison of citations in 252 subject categories*. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2018.09.002>
- Marujo, N. (2013), Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local. *O Desenvolvimento Do Turismo Na Madeira*, 15.
- Mateus, Maria Helena; Brito Ana; Duarte, Inês; Faria, Isabel Hub (2003), *Gramática da Língua Portuguesa*, Lisboa, editorial Caminho.
- Matos, D., & Carita, R. (2004), O Bairro de Santa Maria (séc. XIX-XX). In *Roteiro Histórico da Cidade Funchal* (pp. 61–63). Funchal.
- Matos, G., & Torres, S. (1999), La geografía de Canarias. In *La Enciclopedia temática e ilustrada de Canarias* (pp. 40–46).
- Ministério da Economia. (2015), Decreto-Lei n.º 10/2015 de 16 de janeiro, *Diário Da República*, 454–499.
- Morales. (1919), Academia Canaria de la Lengua, 18p.
- Moutinho, Lurdes de Castro, Coimbra, Rosa Lúcia, “O Nome é a Alma do Negócio: Estudo Linguístico dos Nomes das Lojas em Portugal”, *Actas do XIII Encontro da Associação Portuguesa de Linguística*, Vol. II, Lisboa: Colibri, 1998, pp.93-104
- Moutinho, Lurdes de Castro, Coimbra, Rosa Lúcia, “Vejaki sobre Desvios Linguísticos nos Nomes das Lojas”, *Revista da Universidade de Aveiro/Letras*, n.º14, 1997 (1998), pp. 127-141

- Muth, Sebastian (2012), “The Linguistic Landscapes of Chisinau and Vilnius: Linguistic Landscape and the Representation of Minority Languages” in *Two Post-Soviet Capitals, Minority Languages in the Linguistic Landscape*.
- Navarro, M. e López, E. (2011), “El Todo Incluido en Canarias”, disponível em: <<http://www.think-atl.es/wp-content/uploads/group-do>>
- Nunes, Jordão Horta (2005), *Interacionismo simbólico e dramaturgia: a sociologia de Goffman*, São Paulo, Associação Editorial Humanitas, Goiânia, Editora UFG.
- Papen, Uta (2015), *Signs in cities: The discursive production and commodification of urban spaces*, Sociolinguistic Studies.
- Parsons, Talcott (1937), *A Estrutura da Ação Social*.
- Pereira, E. (1989), Primeira Parte O Descobrimento. In *Ilhas de Zargo: Vol. I* (4.<sup>a</sup>, pp. 15–22). Funchal.
- Pitta, Mourão. (1859), *Du climat de Madère et de son influence thérapeutique*. França.
- Pozzo, R. R.; Vidal, L. M., (2010) “O conceito geográfico de paisagem e as representações sobre a ilha de Santa Catarina feitas por viajantes dos séculos XVIII e XIX”, *Revista Discente Expressões Geográficas, Florianópolis* (SC), n. 06, ano VI, p. 111-131, julho, 2010.
- R Core Team. (2013), *A Language and Environment for Statistical Computing*.
- Reis, Felipa (2010), *Como Elaborar uma Dissertação de Mestrado Segundo Bolonha*, Lisboa, Factor – Edições de Ciências Sociais e Política Contemporânea
- Ribeiro, O. (1985), *A Ilha da Madeira até meados do século XX* (Instituto). Lisboa.
- Ribeiro, O. (1997), História das Ilhas Atlânticas. In *As Cidades no Continente – Origens e Modelos* (p. 80).
- Ricupero, Rubens. (1998). Marx, profeta da globalização. *Estudos Avançados*, 12(34), 61-64. <https://doi.org/10.1590/S0103-40141998000300007>
- Rosenbaum, Peter (1967), *The Grammar of English Predicate Complement Constructions*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Salgueiro, Agostinho Miguel, *Topónimos no espaço da CPLP: o Vocabulário Toponímico*, Instituto Universitário de Lisboa, 2016.
- Salgueiro, Teresa Barata, (2001), Paisagem e geografia. *Finisterra*, XXXVI, 72, pp. 37-53.
- Santos, Thierry Proença dos, “*Matriz Toponímica da Fajã da Ovelha (achega para a sua identificação)*, de Duarte Mendes”, in *Islenha*, n.º 47, Funchal, DRAC, 2010, p. 179-185.
- Santos, Thierry Proença dos, “*O Perfil Toponímico da Freguesia da Ponta Delgada*, de Duarte Mendes”, in *Islenha*, n.º 45, Funchal, DRAC, 2009, p. 155-159.
- Santos, Thierry Proença dos, “Pour une étude historique et linguistique de la toponymie de l’île de Madère” in Joan Tort i Donada Montserrat Montagut i Montagut (eds.), *Els noms en la vida quotidiana*, Actes del XXIV Congrés Internacional d’ICOS sobre Ciències Onomàstiques, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura, Biblioteca Tècnica de Política Lingüística, 11, 2014, p. 1640-1647. Em linha desde 01-08-2014. Disponível em: [www.gencat.cat/llengua/BTPL/ICOS2011](http://www.gencat.cat/llengua/BTPL/ICOS2011), consultado a 05/04/2019
- Serôdio, Cristina; Pereira, Dulce; Cardeira, Esperança e Falé, Isabel (2011), *Nova Gramática didática de português, conforme o Dicionário Terminológico*, Santillana constância, educação eficaz.
- Shiohata, Mariko (2012), Language use along the urban street in Senegal: perspectives from proprietors of commercial signs, V.33, *Journal of Multilingual and Multicultural Development*
- Silva, I. (1998), *O Turismo Elementos para a sua História*, Funchal, Edicarte.
- Silva, J. M. de A. e. (1997), A Importância dos Espaços Insulares na Construção do Mundo Atlântico. In *História das Ilhas Atlânticas* (p. 125). Funchal.
- Silva, Padre Fernando Augusto da, 1934, *Dicionário Corográfico do Arquipélago da Madeira*, Funchal, Ed. do Autor.
- Silva, Padre Fernando Augusto da, Meneses, Carlos Azevedo de, 1998, *Elucidário Madeirense*, Vol. I,II,III, Funchal Fac- Símile da edição de 1940-1946
- Sinclair S. & Rockwell. G. (2020), *Voyant Tools*, disponível em <http://voyant-tools.org>
- Tagore, Rabindranath (2016), *A Asa e a Luz – aforismos, poemas breves*, Assírio & Alvim, Porto Editora, 2016.
- Taylor-Leech, Kerry Jane (2012), Language choice as an index of identity: linguistic landscape in Dili, Timor-Leste, V.9, *International Journal of Multilingualism*.

- Thomason, S. G. & T. Kaufman, (1998), *Language Contact, Creolization, and Genetic Linguistics* Berkeley: UCP.
- Tosco, Rubén Barone, et. al. (2015). Makaronesia. In *Archipiélagos macaronésicos (XVII)* (Publicacio, p. 282). Tenerife.
- Tricco, A. C., Lillie, E., Zarin, W., O'Brien, K. K., Colquhoun, H., Levac, D., Straus, S. E. (2018). PRISMA Extension for Scoping Reviews (PRISMA-ScR): Checklist and Explanation. *Annals of Internal Medicine*, 169(7), 467. <https://doi.org/10.7326/M18-0850>.
- Ulmann, Stephen (1964), *Semântica uma introdução à ciência do significado*, Fundação Calouste Gulbenkian, 3ª Ed, Lisboa.
- Vandenberghe, Frédéric. (2018), Do estruturalismo ao culturalismo: a filosofia das formas simbólicas de Ernest Cassirer. *Sociedade e Estado*, 33(3), 653-674. <https://doi.org/10.1590/s0102-6992-201833030001>
- Veríssimo, N. (2016), Descobrimento e povoamento do arquipélago da Madeira. Retrieved December 24, 2019, from Aprender Madeira website: <http://aprendermadeira.net/descobrimento-e-povoamento-do-arquipelago-da-madeira-datacao/>
- Veríssimo, Nelson, Descobrimento e povoamento do arquipélago da Madeira (datação), disponível em <http://aprendermadeira.net/descobrimento-e-povoamento-do-arquipelago-da-madeira-datacao/>, consultado a 10/09/2019.
- Veríssimo, Nelson, *Toponímia: património a preservar, Ilharq*, Revista de Arqueologia e Património Cultural, n.º 4, Machico, ARCHAIS – Associação de Arqueologia e Defesa do Património da Madeira, 2004, p. 49-59.
- Vieira, Alberto (2016). canárias. Retrieved December 24, 2019, from <http://aprendermadeira.net/canarias/>
- Vieira, Alberto (2018) *O (Re)Descobrimento / (Re) Conhecimento do Porto Santo e da Madeira, Em torno da História, de alguns conceitos e imprecisões*, Secretaria Regional do Turismo e Cultura, Direção Regional da Cultura, Centro de Estudos de História do Atlântico.
- Vieira, D. S. L. *Paisagem e imaginário: contribuições teóricas para uma história cultural do olhar*. *Revista de História e Estudos Culturais*, Recife, v. 3, n. 3, jul./ago./set., 2006.
- Vitte, A.C. (2007), O desenvolvimento do conceito de paisagem e a sua inserção na geografia física, *Mercator-Revista de Geografia da UFC*
- Whorf, Benjamim (1964) *Language, Thought, and Reality*, s.n. MIT Press.
- Witkowski, Rejane (2013), A sociolinguística e as suas principais correntes de estudo, Centro Universitário Leonardo da Vinci, Maiêutica – Curso de Letras

## WEBGRAFIA

- "Bolo do caco", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2020, disponível em: <https://dicionario.priberam.org/bolo%20do%20caco> [consultado em 27-03-2020].
- "Sociolinguística", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2020, disponível em: <https://dicionario.priberam.org/sociolingu%C3%ADstica> [consultado em 06-06-2020].
- "Sociolinguística", in Wikipédia, disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Sociolingu%C3%ADstica> consultado a [consultado em 05-03-2020].
- "Informação estatística", disponível em: <https://estatistica.madeira.gov.pt/>, [consultado a 04/10/2019].
- "Informação estatística", disponível em: <http://citypopulation.de/>, consultado a [04/10/2019].
- "Eurostat Your key to European statistics", disponível em: <https://ec.europa.eu/eurostat> ,consultado a [03/10/2019].
- "Informação estatística sobre o sector do turismo em Portugal", disponível em: <http://www.ciitt.ualg.pt/impactur/> ,consultado a [03/03/2020].
- "Informação turística sobre Tenerife", disponível em: <https://www.tenerife.es/portalcabtfe/en/>,consultado a [03/02/2020].
- "Programa de análise qualitativa de dados de investigação", disponível em: <https://atlasti.com/cloud/> ,consultado a [03/09/2019].
- "Programa para a análise de textos ou corpus", disponível em: <https://voyant-tools.org/>, consultado a [03/12/2019].
- "Caracterização dos diferentes estabelecimentos comerciais de restauração", disponível em: <https://www.portaldolicenciamento.com/enquadramento-legislativo/tipos-de-estabelecimentos.html>, [consultado a 30/12/2019].



## **APÊNDICE**

### **Nomes de estabelecimentos de restauração**

#### **Funchal – rua de Santa Maria**

1. 23 Vintage Bar
2. Arsénio's Restaurante
3. Cocktail Bar Flair Spot Bar
4. Cocorico Bar à Fromages, Charcuteries & Vins Français
5. Confeitaria
6. Galeria Restaurante
7. Gavião Novo
8. Mandala de Sabores Restaurante
9. Mercearia da Poncha Zona Velha
10. O Brinquinho Restaurante
11. O Jango Restaurante
12. O Piano Restaurante
13. O Regional
14. Restaurante Le Jardin
15. Restaurante Mozart
16. Restaurante O Velhinho
17. Restaurante Tavern Grandfather
18. Revolucion Rock Bar
19. Sandes & Bifanas
20. Santa Maria Hostel – Restaurante
21. Snack-Bar Restaurante Rima Coração
22. So. Far Music Club & Restaurant
23. Taberna Ruel Restaurante
24. Tapas do Anibal
25. Tasca Literaria (Since 2010) Dona Joana-Rabo-De-Peixe
26. Tasquinha Do Monsieur
27. The Snug Old Town
28. Toka de Baco Drinks, Wine & Tapas
29. Venda da Donna Maria Restaurante
30. Venda Velha
31. O Almirante Restaurante Grill Madeira Island

### **Funchal – Largo do Corpo Santo**

32. A Muralha Restaurante
33. Arsenal Restaurant / Bar
34. Banana's
35. Bistro A Tartaruga
36. Grande Muralha
37. Restaurante "O Portão"
38. Restaurante A Romana
39. Restaurante Estrela do Mar
40. Restaurante São José
41. Xarambinha Pizzeria

### **Santa Cruz de Tenerife – avenida Anaga/ avenida Francisco la Roche**

1. Anaga 15 Pub Karaoke
2. Anaga Wine & Tapas Podrán Disfrutar De La Caña Perfecta Extra Maduración
3. Arepa's Grill Anaga 19 – Typical Venezuelan Food / Descubre Nuestro Secreto...!
4. Arkaba 23 Lounge
5. Barbas Bar – Dorada
6. Berlin 89 Derriba Tus Muros
7. Bongó Anaga
8. Brochetapas
9. Cervecería La Sureña
10. Cooper
11. El Capricho de Nicomedes
12. El Hangar Loly & Naish 3
13. El Hombre Bala Rock & Coffee
14. Grupo Compostelana La India – Tikka House- Authentic Tikka, Tandoori, Korma, Curry & Masala
15. Guachinche
16. La Santa – Food/Drink/Music
17. Lone Star
18. Manhattan
19. Nazar Kebab – Comida Turca Para Llevar
20. Pasión Bongó Salsa, Bachata, Kizomba And More

21. Plátano & Co
22. Restaurante – Pizzería Italiana Da Gigi
23. Restaurante Pizzeta For Pizza Lovers Desde 2013
24. Sintonía
25. Soho
26. Sultan Kebab – La Mejor Cocina Turca – The Best Turkish Cuisine
27. Tarteria – Tartas Dulces Pan Helados
28. Tiffany’s Boutique Dulceria Canina
29. Volcano > Bar > Tapas > Café

**Rua Bethencourt de Alfonso**

30. Café & Té
31. Cerveceria 100 Montaditos
32. El Águila Restaurante
33. El Lateral 27
34. La Favola
35. Menú Café – Arepera
36. Rayuela Café Teatro
37. Tasca San José N°1
38. Tasty Poke