

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI**

**VIRGÍNIA DO SOCORRO CERQUEIRA DE CARVALHO**

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA NORTE AMERICANA E SUA  
RELAÇÃO COM O INTERESSE EM APRENDER INGLÊS ENTRE UM  
GRUPO DE ADOLESCENTES QUE FREQUENTAM UM *SHOPPING*  
DE TERESINA**

**Teresina  
2017**

**VIRGÍNIA DO SOCORRO CERQUEIRA DE CARVALHO**

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA NORTE AMERICANA E SUA  
RELAÇÃO COM O INTERESSE EM APRENDER INGLÊS EM UM  
GRUPO DE ADOLESCENTES QUE FREQUENTAM UM *SHOPPING*  
DE TERESINA**

Trabalho de Conclusão de Curso– TCC  
apresentado à Universidade Estadual do Piauí–  
UESPI, como exigência parcial para obtenção do  
grau de Licenciatura Plena em Letras Inglês, sob a  
orientação da Prof. Dra. Márlia Socorro Riedel.

**Teresina  
2017**

**VIRGINIA DO SOCORRO CERQUEIRA DE CARVALHO**

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA NORTE AMERICANA E SUA  
RELAÇÃO COM O INTERESSE EM APRENDER INGLÊS EM UM  
GRUPO DE ADOLESCENTES QUE FREQUENTAM UM *SHOPPING*  
DE TERESINA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO APROVADO EM \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_**

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.Dra. Márlia Socorro Riedel - Presidente

---

- Membro

---

- Membro

## AGRADECIMENTOS

- Ao Eterno, por me presentear com o amor que nunca morrerá, fazendo-me enxergar todas as coisas além dessa existência;
- À Universidade Estadual do Piauí- UESPI, por me proporcionar a oportunidade de concretizar um sonho de vida, o Ensino Superior de forma absolutamente gratuita, tornando-se a minha segunda casa e uma comunidade da qual me sinto participante com muito orgulho;
- À minha orientadora, Márlia Riedel, pelo cuidado, dedicação e apoio a este trabalho;
- Aos meus professores: Maria da Cruz, Socorro Baptista, Lina Santana, Francisca Oliveira, Pedro Neto, Márlia Riedel, Cláudia Verbena, Maria Eudelita, Valéria, Doruílson Lima, Maria da Glória, Mário Eduardo, Paulo Motta, Sharmila O'hana, Denise Layanna, Flávio Barbosa, Mônica Amorim, Gioconda Panta e Evaldino Canuto, pela motivação, exemplo e dedicação que demonstraram a mim;
- Aos meus colegas de curso, que levarei para sempre em meu coração: Chirles Nascimento, Erivelton Lima, Débora Soares, Daiane Melo, Larissa Menescal, Antônio Paulo, Nathácia Sampaio, Ivanna Ravenne, Jéssica Caroline, Jéssica Ellen, Tarcyana Magalhães, Priscila Torres, Eliúde Moreira e Izabella Cristina, pela amizade, incentivo e acolhimento.
- À minha família, especialmente aos meus amados esposo e filho, Gleison Barbosa e Davi Cerqueira; aos meus pais, João de Deus Fontenelle e Lêda Maria Barbosa; meus irmãos, Viviane Cerqueira, Vanessa Cerqueira, Felipe Cerqueira e Samuel Barbosa; meus queridos sobrinhos, Isabella, Mirella, Sofia, Noah e Catarina; meus cunhados Divaldo Lino, Laércio Pereira e Andressa Carvalho; meus primos, minhas tias, Francisca Carvalho e Francisca Dalva; meus pastores Ronaldo Pacheco e Layna Maria, pelo carinho e apoio em todo tempo;
- Aos participantes desta pesquisa, pela disponibilidade em colaborar com este trabalho.

“Ainda que eu falasse as línguas dos homens e dos anjos, e não tivesse amor, seria como o metal que soa ou como o sino que tine. E ainda que tivesse o dom de profecia, e conhecesse todos os mistérios e toda a ciência, e ainda que tivesse toda a fé, de maneira tal que transportasse os montes, e não tivesse amor, nada seria. E ainda que distribuísse toda a minha fortuna para sustento dos pobres, e ainda que entregasse o meu corpo para ser queimado, e não tivesse amor, nada disso me aproveitaria. O amor é sofredor, é benigno; o amor não é invejoso; o amor não trata com leviandade, não se ensoberbece. Não se porta com indecência, não busca os seus interesses, não se irrita, não suspeita mal; Não folga com a injustiça, mas folga com a verdade; Tudo sofre, tudo crê, tudo espera, tudo suporta. O amor nunca falha; mas havendo profecias, serão aniquiladas; havendo línguas, cessarão; havendo ciência, desaparecerá; Porque, em parte, conhecemos, e em parte profetizamos; Mas, quando vier o que é perfeito, então o que o é em parte será aniquilado. Quando eu era menino, falava como menino, sentia como menino, discorria como menino, mas, logo que cheguei a ser homem, acabei com as coisas de menino. Porque agora vemos por espelho em enigma, mas então veremos face a face; agora conheço em parte, mas então conhecerei como também sou conhecido. Agora, pois, permanecem a fé, a esperança e o amor, estes três, mas o maior destes é o amor.” 1 Coríntios 13:1-13<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <https://www.bibliaonline.com.br/acf/1co/13>

## RESUMO

Desde a sua formação, a língua inglesa tem alcançado pessoas por todo o mundo, funcionando como uma ponte comunicativa que conecta nações e culturas diferentes. Associada à língua inglesa, a cultura norte-americana também espalha suas raízes de influência, carregando seus visíveis traços culturais, principalmente entre o público mais jovem. O comportamento dessas influências, principalmente entre os jovens que costumam frequentar um *shopping* de Teresina, foi mostrado através desse trabalho. O trabalho investigou, ao mesmo tempo, o interesse desses jovens em aprender inglês. A pesquisa está fundamentada nos seguintes teóricos: Alves (2012), Beltran (1982), Giddens (1991), González (2011), Karnal (2007) e Leffa (1999). Para que o objetivo da Pesquisa fosse alcançado, foi realizada uma pesquisa de campo, de caráter quantitativo, por meio de questionários estruturados, com questões fechadas. O resultado das análises demonstraram uma estreita relação entre o nível de influência da cultura de língua inglesa e o interesse dos jovens em aprender o idioma em questão, comprovando, assim, uma das hipóteses levantadas de que, quanto mais influenciados os jovens são pela cultura norte-americana, maior será o interesse em aprender o idioma, com o objetivo de aprofundarem seus conhecimentos, e, assim, conquistarem maior acesso a suas preferências dentro da referida cultura.

**Palavras-chave:** Língua inglesa; Influência cultural; Jovens.

## ABSTRACT

Since its formation, the modern English language has reached people all over the world, building a communication bridge that connects different worlds and cultures. As the English *Language has spread across the globe*, the American way of life and the American culture have also been influencing people *worldwide*, mainly among the young people. This study has investigated XX adolescents who usually visit a shopping mall in Teresina, in order to find out not only how their behavior has been influenced by the American way of life and the American culture, but also their interest in learning English. This research was based on studies of Alves (2012), Beltran (1982), Giddens (1991), González (2011), Karnal (2007) and Leffa (1999) among others. The methodology used to carry out this investigation was a field research with a quantitative approach. A structured questionnaire was used as data collection. In accordance with the objectives proposed, results showed that there is a close relationship between the level of American culture influence in the young people's behavior and the interest they have in learning English.

**Keywords:** English language; American influence; Adolescents.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Quanto ao gênero dos entrevistados .....	28
Gráfico 02 - Quanto ao tipo de escola frequentada pelos entrevistados .....	29
Gráfico 03 - Quanto à localização do bairro onde moram os entrevistados .....	29
Gráfico 04 - Questão 1a - quanto a redes de lanchonete <i>fast food</i> . ....	30
Gráfico 05 - Questão 1b - quanto a redes de pizzarias .....	30
Gráfico 06 - Questão 1c - quanto a marcas de vestuário em <i>jeans</i> . ....	31
Gráfico 07 - Questão 1d - quanto a marcas de tênis .....	31
Gráfico 08 - Questão 1e - quanto a marcas de roupas íntimas, lingerie .....	32
Gráfico 09 - Questão 1f - quanto a marcas de maquiagem. ....	32
Gráfico 10 - Questão 1g - quanto a marcas de celulares. ....	33
Gráfico 11 - Questão 1h - quanto a marcas de computadores. ....	33
Gráfico 12 - Questão 1i - quanto a cantoras. ....	34
Gráfico 13 - Questão 1j - quanto a bandas musicais. ....	34
Gráfico 14 - Questão 1k - quanto a filmes de cinema. ....	35
Gráfico 15 - Questão 1l - quanto a séries de televisão. ....	35
Gráfico 16 - Questão 1m - quanto a livros .....	36
Gráfico 17 - Questão 2: Você tem interesse em aprender língua inglesa? .....	36
Gráfico 18 - Questão 3: Em qual nível de conhecimento do inglês você considera estar? .....	37
Gráfico 19 - Questão 4: Se você tivesse oportunidade de viajar para o exterior, qual seria seu destino? .....	37
Gráfico 20 - Questão 5: Você se considera influenciado pela cultura norte-americana? .....	38
Gráfico 21 - Questão 6: Em se tratando de frases escritas em camisetas, bonés, cadernos ou tatuagens, em qual idioma você prefere as frases? .....	38
Gráfico 22 - Questão 7: Em relação a filmes em inglês, você prefere assistir. ....	39
Gráfico 23 - Questão 8: Ao ouvir músicas em inglês, você procura traduzir as letras? .....	39
Gráfico 24 - Questão 9: Costuma assistir vídeos ou acompanhar canais de internet que seja em língua inglesa? .....	40



Gráfico 25 - Questão 10: Usa aplicativos de tradução para o inglês no celular? .....	40
Gráfico 26 - Questão 11: Conversa com algum falante de língua inglesa via <i>internet</i> ? .....	41
Gráfico 27 - Questão 12: Que nível de importância o inglês tem nos dias de hoje? .	41
Gráfico 28 - Questão 13: Você considera que o conhecimento em língua inglesa pode dar maior acesso ao mundo moderno? .....	42

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>15</b>
2.1 A trajetória da língua inglesa .....	15
2.2 A cultura norte-americana e seus reflexos no mundo .....	18
2.3 A influência da cultura norte-americana no Brasil .....	21
2.3.1 O inglês como língua estrangeira no Brasil .....	21
2.3.2 O uso de estrangeirismos no Brasil .....	22
2.4 A importância dos grupos para os adolescentes .....	25
<b>3 METODOLOGIA .....</b>	<b>27</b>
3.1 Tipo de Pesquisa .....	27
3.2 População .....	27
3.3 Amostra .....	27
3.4 Técnica de Coleta de Dados .....	27
<b>4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS .....</b>	<b>28</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>43</b>
<b>6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>45</b>
<b>10 APÊNDICES .....</b>	<b>48</b>

# 1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história humana, a cultura tem sido fator de influência e fonte de significativas transformações e miscigenações entre os indivíduos por ela alcançados. A cultura de um povo pode nos apontar a forma com que ele responde ao seu ambiente, bem como o modo como o interpreta.

Sendo a cultura um dos fatores formadores da identidade de um povo, esse povo utiliza o idioma como importante meio de difusão e socialização de seus costumes culturais. Entre língua e cultura existe uma mútua relação de identidade, de modo que a língua reflete e dá forma a uma cultura, mostrando suas particularidades e transmitindo seus saberes. (González, 2011)

A cultura norte-americana tem suas raízes nos colonizadores britânicos que chegaram trazendo sonhos e ideais de construir uma vida nova e digna com trabalho e liberdade. Esses ideais, que foram posteriormente retratados na Declaração de Independência dos Estados Unidos da América, ajudaram a construir o “estilo de vida americano” ou *American way of life*:

Quando chegaram à América, em 1630, os peregrinos queriam construir uma sociedade única, longe dos vícios da velha Europa, que pudesse servir de exemplo para o mundo. Um século e meio depois, ao assinar a Declaração da Independência, os americanos criaram o primeiro Estado democrático sob os ideais da liberdade e da igualdade. ( Fuser, 2006)

Esse modo de interpretar a vida, crendo nos direitos de liberdade e buscando um estilo de vida confortável e feliz, por meio de trabalho e esforço, tornou-se algo desejável para muitos povos que, com o povo americano tiveram contato.

De acordo com Alves (2004, p.43), essa influência tornou-se cada vez mais forte e, após a Segunda Guerra Mundial, espalhou-se mundo afora, com o crescimento da indústria de produtos americanos e os ramos de comunicação em massa que, unidos, transmitiam a imagem de uma nação forte e próspera.

Como a influência cultural de um povo é transmitida pela língua, o idioma americano rompeu inúmeras barreiras, transformando-se em uma forma de comunicação global nos mais diversos aspectos culturais e comerciais do mundo.

Com o advento da globalização, que é definida por Giddens (1991, p.76) como sendo um fortalecimento das relações sociais em escala mundial, e que foi facilitado pela rede mundial de computadores, o aumento do comércio de produtos e meios de comunicação norte-americanos, a cultura dos Estados Unidos ficou mais próxima de todos os cidadãos do mundo. Mas, apesar de toda essa facilidade, percebe-se que a barreira do idioma precisa ser vencida para que o alcance a essa cultura e conhecimentos seja ampla e eficaz.

A forte influência da cultura norte americana é claramente observada entre os mais jovens, que ainda estão em processo de formação de sua identidade e, para isso, buscam elementos que agradam suas preferências nas culturas às quais tem acesso. Sendo assim, a indústria cinematográfica, literária, musical, de vestuário e de alimentos norte-americana tem voltado seu foco para esse público, principalmente após o grande acesso que a *internet* trouxe a esses jovens e o aumento das possibilidades de comunicação com o mundo.

O adolescente traz, nas suas escolhas, sua própria identidade, e o que pode ser observado é a grande influência de cultura norte-americana entre suas principais preferências. A moda, os gostos alimentares, os livros, o cinema, bandas e ritmos musicais são alguns dos itens norte-americanos mais difundidos e preferidos entre os jovens brasileiros. As possibilidades de fazer intercâmbio e poder ter acesso à cultura norte-americana desperta, cada dia mais, o interesse deles. E, para ter acesso a esse mundo de possibilidades, o jovem tem a necessidade de conhecer o idioma. Surge, então, desse fato, a questão do interesse em aprender o idioma para tornar essa cultura mais acessível a ele e, assim, criar uma identidade que pode servir para integrá-lo ao mundo globalizado e a cultura norte-americana. E o resultado disso é mostrado no grande número de cursos de idiomas, canais de vídeos e *sites* em mídias que trazem a oportunidade de se aprender o idioma de diversas maneiras. Na cidade de Teresina, essa influência é bem visível no ambiente dos *shoppings*, onde podemos ver muitas amostras dessa cultura, a começar pelo cinema, onde a maioria dos filmes em cartaz é de origem norte-americana. Podemos falar também das lojas de roupas e demais acessórios, que trazem as marcas americanas, nas redes de supermercados e lanchonetes, que têm o estilo americano e oferecem produtos iguais ou similares aos americanos.

Além de tudo isso, tem a própria estrutura dos *shoppings*, que são um modelo americano de local de entretenimento. O ambiente do *shopping* tem se difundido entre os jovens teresinenses e se tornado um dos mais cotados pontos de encontro entre eles e a cultura norte-americana.

Sabendo que o homem costuma se interessar por algo que lhe trará benefícios e que lhe servirá para uma finalidade específica, essa Pesquisa tem o objetivo de investigar se existe relação entre as preferências dos adolescentes que frequentam o *shopping* pela cultura norte-americana e o interesse desses adolescentes em aprender a língua inglesa. Através da Pesquisa, buscar-se-á saber se o possível interesse desses jovens em aprender inglês está relacionado ao nível de influência de cultura norte-americana presente em suas vidas, e se quanto mais influenciados esses jovens forem, maior será o interesse em aprender o idioma com o objetivo de facilitar o acesso aos aspectos da cultura de sua preferência, contribuindo para o aspecto de formação de sua identidade cultural. Com a globalização e o uso da rede mundial de computadores, é notório que a população jovem teve seus costumes transformados em relação às gerações passadas, e a influência da cultura norte-americana é a que tem maior participação entre esse público.

A cultura dos Estados Unidos tem desempenhado um papel que vai além do simples conhecimento, sua influência rompe as barreiras globais, interfere nas culturas e causa uma expressiva mistura cultural. Essa influência da cultura traz consigo o mais forte agente propagador, a língua, que se torna um importante degrau para os que procuram alavancar seus conhecimentos de cultura norte-americana. O presente trabalho mergulha no universo da influência cultural norte-americana, em seu principal ponto de encontro, um *shopping* da cidade de Teresina, para observar a relação existente entre essa influência e o interesse em aprender a língua inglesa entre os jovens que frequentam o local.

Esse estudo justifica-se pela importância da imersão no universo do jovem, permeado pela relação de influência entre cultura e língua inglesa, com o intuito de apresentar uma projeção desse fenômeno, que nos dias atuais é bastante recorrente, embora pouco avaliado por meio de pesquisas. A partir dos resultados obtidos, procura-se comprovar a existência de uma relação entre a influência cultural norte-americana e a possibilidade de essa influência despertar o interesse pelo domínio da língua inglesa.

A visão projetada dessa possível relação pode trazer relevante contribuição para o estudo de formas para despertar um maior interesse dos jovens pelo idioma, por meio da influência cultural. O trabalho destaca uma questão atual e relevante, e que, por isso, precisa ter suas nuances explicitadas para o enriquecimento do ensino da língua inglesa na cidade de Teresina.

No intuito de guiar a presente pesquisa, foi formulado o seguinte questionamento: que relação existe entre a influência da cultura norte-americana e o interesse em aprender língua inglesa entre os grupos de adolescentes que frequentam um *shopping* de Teresina?

Para responder o questionamento acima, foram formuladas as seguintes hipóteses: o nível de interesse por aprender a língua pode estar relacionado com nível de influência da cultura norte-americana presente no dia-a-dia dos adolescentes entrevistados; sendo assim, poderíamos afirmar que: quanto mais influenciados os jovens são pela cultura norte-americana, maior será o interesse em aprender o idioma, com o objetivo de aprofundarem seus conhecimentos, e, assim, conquistarem maior acesso às suas preferências dentro da referida cultura.

Como objetivo geral da Pesquisa, buscou-se investigar a possível relação entre as preferências dos adolescentes que frequentam um *shopping* de Teresina pela cultura norte-americana e o interesse deles em aprender a língua inglesa.

Para alcançar o objetivo acima descrito, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: identificar as preferências de adolescentes que frequentam um *shopping* de Teresina por aspectos da cultura norte-americana; e verificar se esses adolescentes tem o mesmo nível de interesse no aprendizado da língua inglesa.

Este Trabalho de Conclusão de Curso está assim estruturado: em primeiro lugar, ressaltou-se a inegável influência que a cultura norte-americana e a língua inglesa exercem no mundo, desde o seu surgimento até os dias atuais. E, para complementar nossa questão, lançou-se um olhar sobre a mesma influência observada entre os adolescentes que frequentam os *shoppings* da cidade de Teresina. A observação do fenômeno linguístico e social levantou questionamentos sobre a relação existente entre a cultura norte-americana e a língua inglesa dentro do universo de preferências e interação dos jovens com o meio social.

Em seguida, como referencial teórico da Pesquisa, foram descritas as fases de desenvolvimento do idioma, especificando a trajetória da língua inglesa nos lugares em que se desenvolveu, bem como as influências recebidas de outras línguas. Também foram destacados os reflexos da cultura norte-americana no mundo, com uma atenção especial para a forte influência que ela exerce no Brasil.

Outros pontos de referência para este Trabalho foram: a importância dos grupos para os adolescentes e a formação da identidade dos indivíduos, fatores determinantes no processo de escolha por itens de determinada cultura e língua. Foram utilizadas, ainda, no sentido de guiar a pesquisa, teorias relacionadas aos campos da sociolinguística, estudos culturais e outras áreas de pesquisa, por se tratar de um tema que requer certa interdisciplinaridade, formando um entendimento mais amplo acerca do assunto. Em seguida, apresentamos a coleta de dados, que foi efetivada através de questionários aplicados aos jovens e, posteriormente, são apresentados gráficos que demonstram o resultado e as análises dos questionamentos. Por fim, apresentamos as nossas considerações finais, que trazem não apenas as hipóteses alcançadas, mas também as recomendações no que diz respeito a uma melhor observação do fenômeno, bem como seus efeitos no meio social dos jovens e adolescentes, para a identificação de possíveis estratégias de ensino e aprendizagem eficazes da língua inglesa.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 A trajetória da língua inglesa

A língua inglesa surgiu através de uma grande mistura de línguas e culturas, e na continuidade do processo de expansão, até os dias atuais, continua servindo de elemento para uma união de culturas e conhecimentos entre povos e nações. A principal fase desse fenômeno teve início em 450 A.D., quando os Celtas, antigos habitantes da Grã-Bretanha, pediram a ajuda dos povos das tribos germânicas (Anglos, Saxões, Jutos e Frísios) para defender o território das tribos habitantes do norte (*Scots* e *Picts*) quando o Império Romano, após 400 anos de ocupação, os abandonou devido a crises dentro do império.

Os povos Germânicos, ao contrário de ajudá-los, tiraram proveito da fragilidade dos Celtas, invadindo e apropriando-se das melhores partes da terra. Esse povo também trouxe maior carga de contribuição em palavras para a língua inglesa do que qualquer outro povo, pois, além de tomarem posse da terra, destruíram a maior parte do povo e da cultura Celta, afastando o remanescente para fora de suas terras: estes, entretanto, de forma oportunista, acabam tornando-se invasores, estabelecendo-se nas áreas mais férteis do sudeste da Grã-Bretanha, destruindo vilas e massacrando a população local. Os celtas-bretões sobreviventes refugiam-se no oeste - prova da violência e do descaso dos invasores pela cultura local é o fato de que quase não ficaram traços da língua celta no inglês.<sup>2</sup>

Com a chegada do cristianismo, através do envio de missionários pelo Papa Gregório em 527 A.D., no intuito de converter os povos anglo-saxões, houve forte influência do Latim sobre os dialetos que então eram usados apenas para expressar fatos concretos e situações do dia-a-dia, criando um acréscimo de palavras greco-latinas ao vocabulário anglo-saxão que serviam para expressar o abstrato. Então, no final do século oito, começam a ocorrer os ataques dos Vikings, povo de grande força e violência, originários da Escandinávia, que falavam o *Old Norse*, e ocuparam a terra por 200 anos.

A influência do idioma *viking* foi pouco perceptível por ser parecido com a

---

<sup>2</sup> < Schütz, Ricardo. "História da Língua Inglesa." English Made in Brazil <<http://www.sk.com.br/sk-enhis.html>>. Online. 01 de outubro de 2013.>



língua anglo-saxã, o *Old English*. Em 1606, ocorreu a conquista da Inglaterra pelos normandos (povo do Norte da França), comandados por *Willian* o Conquistador, que vence o exército anglo-saxão, comandado por *King Harold*, na Batalha de *Hastings*. Essa sangrenta batalha foi um marco na história da língua inglesa, pelo fato de o vencedor efetuar grandes mudanças políticas e sociais na Inglaterra. Os normandos estabeleceram suas regras, costumes, e como era de se esperar, seu idioma, o dialeto francês chamado *Norman French*. Os conquistadores não falavam o inglês e impuseram sua cultura e sua língua. Durante 300 anos, toda a Inglaterra foi dominada por reis normandos, e aquele que quisesse obter qualquer favor da classe dominante deveria ter bom conhecimento da língua e cultura normandas. Durante os três séculos seguintes, houve intensa miscigenação das duas culturas, e a influência do francês sobre o inglês cresceu e se fortaleceu, a ponto de muitas palavras francesas serem absorvidas pela língua inglesa ou substituídas por equivalentes em francês. Apesar da força da cultura e língua normandas, a maior mudança ocorrida no inglês ficou por conta de expansão vocabular, não ocorrendo alterações consideráveis em pronúncia e estruturas gramaticais do idioma. No final do século quinze, as disputas entre os reinos normandos das ilhas e do continente causaram um enfraquecimento do seu domínio e o surgimento de um sentimento nacionalista por parte dos ingleses, fato que fortaleceu o inglês, que passa a ser a língua que substitui o latim e o francês em documentos oficiais e escritos em geral, trazendo com essa onda nacionalista o início de uma literatura inglesa. Encerra-se então por volta de 1500, o período chamado *Middle English*.

A criação da imprensa e do serviço postal, por volta de 1500, marca o início do *Modern English*, época que, ao contrário da grande diversidade de línguas ocorrida no *Middle English*, é marcada pela uniformidade da língua.

O idioma londrino passa a ser mais conhecido e difundido devido ao serviço de postagens e à padronização das letras criada pela imprensa. Nesse período, Londres já figura como centro social, político e econômico da Inglaterra, a literatura e a educação fervilham com o surgimento dos primeiros dicionários e trabalhos de gramática, e o acesso da classe média à alfabetização começa a ser facilitado. Durante essa época, a língua sofre significativa alteração na pronúncia de muitas palavras, mas a sua forma escrita permaneceu igual devido ao processo de litografia. Tal acontecimento gerou o curioso fato de a língua inglesa possuir uma grande diferença entre pronúncia e escrita, ou seja, escrevemos o inglês nas formas

do século dezoito e pronunciamos como no século vinte.

Outra importante contribuição para a língua inglesa nesse período foram os escritos de Shakespeare. Através de sua obra, o poeta e dramaturgo William Shakespeare fez um acréscimo considerável de palavras ao vocabulário do idioma, para uma melhor expressão de sentimentos e emoções humanas. Shakespeare acrescentou tanto neologismos quanto afixos às palavras já existentes. Ele também trocava o uso das palavras entre as classes gramaticais, tornando o vocabulário do inglês mais rico e diverso.<sup>3</sup>

Na sequência dos acontecimentos, surge a grande expansão econômica e territorial inglesa, através das Grandes Navegações e a Revolução Industrial, trazendo um maior aporte para o enriquecimento e divulgação do idioma no mundo:

[...] o grande poderio econômico da Inglaterra nos séculos 18, 19 e 20, alavancado pela Revolução Industrial, e a consequente expansão do colonialismo britânico. Esse verdadeiro império de influência política e econômica atingiu seu ápice na primeira metade do século 20, com uma expansão territorial que alcançava 20% das terras do planeta. O *British Empire* chegou a ficar conhecido como "*the empire where the sun never sets*" devido à sua vasta abrangência geográfica, provocando uma igualmente vasta disseminação da língua inglesa.<sup>4</sup>

Os pioneiros partem da Inglaterra rumo ao continente americano em busca de uma nova vida, maior liberdade para suas práticas religiosas e ideais de sociedade, política e trabalho. Nasce o sonho de uma nova terra, onde o futuro de uma cultura prometia um caminho diferente do que a Inglaterra seguia.

Desde então, a língua inglesa, já consolidada, passa a ser disseminada através dos pioneiros, que saíram da Inglaterra para a América do Norte, em busca de liberdade e prosperidade, iniciando o processo de colonização e expansão da cultura norte-americana.

O inglês passa de um misto de dialetos britânicos a uma língua mundialmente conhecida e falada, carregando toda a história e os ideais de liberdade e prosperidade dos colonizadores britânicos para o Novo Mundo. A esperança de alcançar prosperidade e os anseios por liberdade religiosa foram os fatores determinantes da colonização da América do Norte. A chegada dos primeiros

---

<sup>3</sup> < Schütz, Ricardo. "História da Língua Inglesa." English Made in Brazil <<http://www.sk.com.br/sk-enhis.html>>. Online. 01 de outubro de 2013.>.

<sup>4</sup> < Schütz, Ricardo. "História da Língua Inglesa." English Made in Brazil <<http://www.sk.com.br/sk-enhis.html>>. Online. 01 de outubro de 2013.>.

imigrantes ingleses em 1620 marcou o início da presença da língua inglesa no Novo Mundo.<sup>5</sup>

Na América do Norte, formaram-se as colônias de povoamento, diferente das colônias de exploração criadas por países como Portugal e Espanha que exploravam as terras visando tão somente a conquista de riquezas. <sup>6</sup> O processo de colonização da América, com suas conquistas e revoluções, foi moldando um conceito e modo de vida tipicamente americanos dando início à realização de um sonho de liberdade política, religiosa e social. Os pioneiros partiram da Inglaterra com o intuito de trocar a forma de governo por uma que consideravam melhor, ou seja, mais livre e feita por eles mesmos. Eles acreditavam na total liberdade do indivíduo, tanto no plano político como religioso.<sup>7</sup>

Começa a tomar forma uma nação que influenciaria o mundo inteiro através de sua cultura, seu idioma, sua política e poderio bélico, que não se iguala à história de nenhuma outra nação em termos de influências culturais.

## **2.2 A cultura norte-americana e seus reflexos no mundo**

Quando a Segunda Guerra Mundial termina, os Estados Unidos, como nação consolidada, torna-se sinônimo de democracia, liberdade e exemplo de prosperidade para outras nações: “Após a Segunda Guerra, a influência cultural norte-americana tornou-se elemento constitutivo da ordem internacional, garantindo seus mercados e modelando percepções e preferências [...]” Herz (1987p. 71 apud Santos, 2007 p.4). A força da cultura americana inicia seu processo de massiva influência política, econômica e cultural no mundo. Os elementos provenientes do modo de vida americano ganham um patamar de qualidade superior e melhor opção em muitos segmentos de mercado, da mídia, e dos costumes sociais. Toda essa ideia de superioridade garante aos Estados Unidos da América um expressivo mercado mundial moldado pelos padrões que por essa cultura são determinados, desde os costumes mais tradicionais até as novas tecnologias e modismos.

É notória a influência que os Estados Unidos têm sobre o mundo, e ela é desenvolvida nos mais variados níveis, sendo o mais forte deles o nível econômico.

<sup>5</sup> << Schütz, Ricardo. "História da Língua Inglesa." English Made in Brazil <<http://www.sk.com.br/sk-enhis.html>>. Online. 01 de outubro de 2013.>

<sup>6</sup> < [https://lelivros.pro/parceiros/?utm\\_source=Copyright&utm\\_medium=cover&utm\\_campaign=link](https://lelivros.pro/parceiros/?utm_source=Copyright&utm_medium=cover&utm_campaign=link)>

<sup>7</sup> <<http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/asraizespuritanasimprimir.html>>

Como descreve Beltrán (1982, p.26), os EUA criaram uma situação bem estruturada e sólida de intercâmbio econômico baseado na compra de matéria prima barata dos países, em troca de seus produtos manufaturados que custam bem mais caro. Tal domínio econômico aliado a uma massiva propaganda criaram mercados completamente dependentes de cultura norte-americana.

Santos (2007, p. 2), discorrendo sobre relações internacionais (RI), afirma que, “mais do que um elemento secundário, a cultura passou a ser identificada como função motivadora de comportamentos políticos e econômicos [...]” Sabendo que a cultura é fator motivador do comportamento econômico, pode-se observar que os EUA têm como um grande propulsor de seu bem sucedido poderio econômico a difusão de sua cultura pelo mundo, que é feita através dos diversos meios de comunicação em massa que transmitem seus valores ideológicos mundialmente.

De acordo com Mattelart (2002, p.4 *apud* Santos, 2007, p.4), a expansão da influência política dos EUA foi acompanhada pela internacionalização da produção industrial e exportação de produtos culturais via mecanismos de comunicação de massa. Esse processo pode ser observado no mercado dos bens de consumo, na mídia, no comportamento social, no idioma e em muitos outros segmentos da sociedade que por ele são alcançados. A essa espécie de “colonização cultural”, dá-se o nome de “americanização”, processo naturalmente aceito pelos “colonizados” por se tratar de um processo persuasivo, e não coercitivo: Americanização é o termo utilizado para designar a forma como os Estados Unidos influenciam culturalmente outras nações de modo a substituir costumes de uma cultura específica pelos da cultura norte-americana. Essa influência pode ocorrer de forma voluntária, fazendo com que a palavra ganhe conotação positiva. Ao contrário de quando ela ocorre de forma imposta, recebendo assim conotação negativa.<sup>8</sup>

A influência cultural norte-americana costuma ocorrer de maneira intensa, e na maioria das vezes considerada positiva, através dos meios de comunicação, sendo o principal deles a mídia, cinema, televisão, música e a *internet*, através das suas redes sociais, jogos e aplicativos:

A ideologia norte-americana (o americanismo) é vigorosamente divulgada dentro e fora dos EUA por uma imensa máquina de produção e difusão de entretenimento. Filmes, programas de TV, livros, revistas, jornais, games, HQs e produtos industriais relacionados se encarregam de difundir as ideias básicas do americanismo<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> < <http://www.scielo.br/pdf/rae/v41n2/v41n2a10.pdf> >

<sup>9</sup> <<http://jornalggn.com.br/blog/luisnassif/o-americanismo-e-seu-sistema-de-difusao-de-ideologia>>

A mídia televisiva americana, com seus famosos atores, apresentadores, diretores e grandes estúdios de produção, tem posição privilegiada no cenário mundial, servindo como modelo para muitos países. Muitas produções da televisão mundial têm, em sua maioria, o formato de apresentação americano. Programas como “BBB” (*Big Brother* Brasil), “O Aprendiz” e muitos outros que são transmitidos nas emissoras brasileiras têm formato americano. Inúmeras séries e desenhos infantis transmitidos em muitos países são completamente mergulhados no universo norte-americano.

Outro forte referencial da influência norte-americana, a música tornou-se um fenômeno no mundo inteiro, sendo os seus ritmos e intérpretes muito conhecidos e adorados por seus adeptos.

O sucesso de programas como *The Walking Dead*, *Simpsons*, *Desperate Housewives* e *Breaking Bad*, além de filmes como *Avatar*, *E o Vento Levou* e *Titanic*, são ícones da boa aceitação da cultura americana em outras nações. Com origem americana, os artistas mais conhecidos no mundo são *Michael Jackson* e *Elvis Presley*, respectivamente, os reis do *pop* e do *rock*, com vendas de discos na casa dos milhões.<sup>10</sup>

Existe, ainda, a imensa influência das conhecidas marcas de vestuário, calçados, relógios, celulares, brinquedos, cosméticos, medicamento, veículos, os famosos *fast foods* e redes de supermercados e atacados que, em sua maioria, são configurados em modelo norte-americano.

No que diz respeito à rede mundial de computadores, suas tecnologias e sistemas, o pioneirismo norte-americano é inegável. Os jogos, as redes sociais, os aplicativos e *software* americanos têm lugar garantido entre o público da *internet*.

Um dos maiores representantes do poderio tecnológico dos Estados Unidos é o norte-americano William Henry Gates, mais conhecido como Bill Gates. Com fortuna de mais de 100 bilhões de dólares, Bill Gates é o patrono da revolução dos microcomputadores iniciada na década de 80. Nascido numa família rica de Seattle, em 1955, Gates abandonou a Universidade em Harvard em 1977 para fundar sua própria empresa, a *Microsoft*. Com o sistema *Windows*, lançado em 1985, desbancou competidores e dominou o mercado de *softwares* [...]<sup>11</sup>

<sup>10</sup> <: <http://www.infoescola.com/cultura/americanizacao/>>

<sup>11</sup> <<http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/eua-donos-do-mundo-434729.shtml>>

Toda essa notoriedade da cultura norte-americana faz com que grande parte do que é conhecido, em termos de cultura e entretenimento, venha da ótica americana ou de seu modo de vida, moldando assim preferências culturais em muitos países. É uma verdadeira onda cultural que varreu o mundo após a Segunda Guerra Mundial, mantendo seu fluxo contínuo e em escala crescente. Como afirma Nye (2003, p.4 *apud* Santos 2007, p.4), a sociedade norte-americana tirou proveito do acesso pioneiro aos veículos de comunicação de massa para uma expansão cultural sem precedentes.

## **2.3 A influência da cultura norte-americana no Brasil**

### **2.3.1 O inglês como língua estrangeira no Brasil**

A língua estrangeira em nosso país nem sempre foi o inglês. A história do ensino das línguas estrangeiras no Brasil passou por muitas reviravoltas ao longo do tempo, que tiveram início no período colonial com a prioridade curricular para as línguas clássicas como o latim e grego.

Anos após a família real chegar ao Brasil, ocorreu a fundação do Colégio Pedro II e uma revisão curricular que trouxe as línguas modernas para o mesmo limiar das línguas clássicas, então, o francês, o inglês, o alemão e o italiano passaram a dividir espaço com as línguas clássicas. Mas todas as línguas eram estudadas de forma precária e com carga horária muito reduzida.

Durante o período da Primeira República, essa desvalorização do ensino de línguas estrangeiras sofre mais uma significativa baixa, o ensino do grego, assim como outras línguas, saem de cena ou passam a ser facultativas. Ficam o alemão e o inglês, permitindo ao aluno optar por uma das línguas.<sup>12</sup>

Após muitas idas e vindas, tentativas de reformas metodológicas, seleções de professores e trocas de materiais didáticos, eis que surge em 1942 a Reforma Capanema. Leffa (1999, p.9) afirma que essa reforma foi criada pelo deputado Gustavo Capanema Filho, que, além de ter proporcionado mudanças na educação, beneficiou o ensino de línguas no país:

---

<sup>12</sup> < <http://www.leffa.pro.br/textos/trabalhos/oensle.pdf> >

A Reforma Capanema, ainda que criticada por alguns educadores como um documento fascista pela sua exaltação do nacionalismo, foi, paradoxalmente, a reforma que deu mais importância ao ensino das línguas estrangeiras. Todos os alunos, desde o ginásio até o científico ou clássico, estudavam latim, francês, inglês e espanhol. Muitos terminavam o ensino médio lendo os autores nos originais e, pelo que se pode perceber através de alguns depoimentos da época, apreciando o que liam, desde as éclogas de Virgílio até os romances de Hemingway. Visto de uma perspectiva histórica, as décadas de 40 e 50, sob a Reforma Capanema, formam os anos dourados das línguas estrangeiras no Brasil. (LEFFA, 1999, p.11).

Após a LDB de 1961, o latim foi retirado do currículo e o francês ficou com sua carga horária bem reduzida, sendo também retirado do currículo em algumas escolas. Mas o inglês permaneceu sem alterações. Depois disso, a língua estrangeira passou pela LDB de 1971 e 1996, com tentativas de alterações e melhorias para uma maior valorização da língua inglesa no currículo.

Aliados à nova LDB surgiram os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), começando a trazer novas ideias sobre o inglês, que, de acordo com Leffa (1999, p.16), “[...] não chegam a propor uma metodologia específica, mas sugerem uma abordagem sociointeracional [...]”. Essa nova visão conduz o inglês, como língua estrangeira, para dentro de temas transversais, como a diversidade cultural, movimentos sociais, problemas de violência, entre outros temas vivenciados por muitos aprendizes da língua estrangeira no Brasil<sup>13</sup>. De acordo com Leffa (1999, p.19), quando o conhecimento é valorizado, cria-se um contexto favorável para a aprendizagem da língua estrangeira, veículo importante na divulgação do conhecimento.

Nos dias de hoje, após uma longa trajetória de mudanças, a língua inglesa conseguiu se afirmar no Brasil como língua estrangeira moderna, a ponto de ser o desejo de muitos jovens brasileiros a aquisição do idioma, sendo considerado um sinal de progresso, maiores oportunidades para suas carreiras profissionais e acesso a conhecimentos de uma cultura diferente e mundialmente valorizada.

### **2.3.2 O uso de estrangeirismos no Brasil**

O estrangeirismo é um fenômeno bastante perceptível e recorrente no português. O mesmo ocorre quando uma unidade lexical estrangeira se integra com

---

<sup>13</sup> < <http://www.leffa.pro.br/textos/trabalhos/oensle.pdf> >

a língua nacional, configurando um empréstimo linguístico que é chamado estrangeirismo<sup>14</sup>. O estrangeirismo é característica comum nas relações sociais entre povos de línguas diferentes, tornando os idiomas e culturas mais ricos e miscigenados.

Tal processo de absorção de termos de outras línguas é, em grande parte, movida pela influência que a cultura estrangeira exerce na sociedade:

Os períodos mais recentes, não obstante, indicam uma grande influência da língua inglesa no Brasil, mesmo que não se configure resultado de processo imigratório. Há de se destacar que se evidencia uma presença maciça de vocábulos advindos da língua inglesa, por influência norte-americana.<sup>15</sup>

É sabido que as influências estrangeiras em nosso país, no que diz respeito a tendências, idiomas e costumes em geral, datam da época da colonização. Desde esse período, o país recebia influências estrangeiras e costumava valorizá-las como sinal de *status*. As primeiras fontes de influência partiram de Portugal e da Europa. Valorizava-se o que vinha de lá, desde roupas e móveis até expressões e valores morais<sup>16</sup>. O Brasil recebeu também forte influência francesa, com objetos de decoração, estilos de moda e uma importante contribuição com o idioma. Com a cultura norte-americana não poderia ser diferente. Em se tratando da língua inglesa, esse fenômeno recebe o nome de anglicismo, ou seja, quando um termo ou expressão da língua inglesa é introduzida em outra língua, devido à necessidade de designar algo para o qual não existe designação adequada na língua alvo<sup>17</sup>.

A adoção de palavras da língua inglesa, o anglicismo, teve um reforço na ideia que se faz dessa cultura, ideia essa que prega a melhor qualidade para aquilo que seja similar ao norte-americano, aliado ao desejo de identificação com ela:

No que concerne à adoção maciça de vocábulos da língua inglesa, pode-se vislumbrar uma intencional utilização do estrangeirismo como busca de identidade cultural. Os Estados Unidos, metáfora de um excelente padrão de vida, estariam representados em seus vocábulos, como se estes fossem ícones daqueles<sup>18</sup>

<sup>14</sup> < <http://www.filologia.org.br/revista/40/a%20influ%C3%84ncia%20dos%20estrangeirismos.pdf>>

<sup>15</sup> < <http://www.filologia.org.br/revista/40/a%20influ%C3%84ncia%20dos%20estrangeirismos.pdf>>

<sup>16</sup> < <http://www.filologia.org.br/revista/40/a%20influ%C3%84ncia%20dos%20estrangeirismos.pdf>>

<sup>17</sup> < <http://portaldalinguainglesa.blogspot.com.br/2011/07/anglicismo-definicao.html>>

<sup>18</sup> < <http://www.filologia.org.br/revista/40/a%20influ%C3%84ncia%20dos%20estrangeirismos.pdf>>



A incorporação de palavras do inglês é um fenômeno bastante conhecido dos brasileiros. No Brasil existem palavras incorporadas a diversos vocabulários e que já são bem comuns ao português. No ramo da música, existem muitos ritmos que têm nomes em inglês, na tecnologia, cosméticos, na culinária, e em muitos outros vocabulários. Sendo que uma parte desses termos já faz parte do dicionário brasileiro, como nos seguintes exemplos presentes no dicionário Aurélio:

*E-book* – (‘ibuq) [íngl.] sm. V. livro eletrônico (FERREIRA, 2010, p.269)

*Tablet* – [íngl.] sm. Inform. Computador que dispensa o uso do *mouse*, ou teclado, já que é acessado com o toque dos dedos ou com uma caneta espacial. (FERREIRA, 2010, p. 723)

*Spam*( spâm) [íngl.] sm. Inform. Mensagem publicitária ou não, recebida via correio eletrônico. (FERREIRA, 2010, p.712)

*Tuitar* – [íngl. *Twitt(er)* (m.reg.) ] v.int.- 1. Postar algo no *Twitter* ( tipo de microblogue) 2. Acompanhar o que é postado no *Twitter* de outra pessoa. (FERREIRA, 2010, p.762)

A adoção do anglicismo no português tem diversas razões de ser e, entre os fatores que geram esse fenômeno, destacam-se a necessidade de identificação, conforme nos mostra Gois (2013, p.8): “[...] usar termos em inglês soa como sofisticação e elegância [...]. Para ele, ser moderno, estar na moda, ser atual é usar os mesmos termos que o país de referência usa.” Esse é um fator de grande influência entre os jovens e também o que mais serve aos interesses da mídia, cujo interesse é transmitir a ideia de que, para estarem na moda, os produtos devem ter nomes ou estilos ligados aos Estados Unidos.

A rede mundial de computadores, *internet*, tornou-se um importante veículo de transmissão dessas ideias mundo afora, transformando o planeta em uma grande aldeia global onde o acesso aos valores e costumes de outros países é facilitado.

O fenômeno da comunicação de massa, depois dos anos 1980, com o processo de informatização e, em seguida, com o surgimento da rede mundial de computadores, supervalorizou a internacionalização instantânea da comunicação. Ferramenta que beneficiou o processo de globalização, ao eliminar fronteiras e barreiras para a comunicação com outras nações, a Internet acelerou a autonomia entre os povos de cada região, tornou dinâmico o processo de ensino e aprendizagem e influenciou o desenvolvimento social e moral das pessoas. Imaginem-se milhares de informações acessíveis a indivíduos pertencentes às mais diferentes culturas, nos mais diversos lugares.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> < <http://www.filologia.org.br/revista/40/a/a%20influ%C3%Aancia%20dos%20estrangeirismos.pdf>>

Mas todo esse progresso nos processos comunicativos gera um preço, as limitações de acesso, que podem acontecer devido à falta de competência necessária para que ele seja possível. Para ter contato com o universo cultural norte-americano, é preciso ter competência linguística e intercultural o suficiente, caso contrário, poderá existir uma limitação de informações culturais importantes para quem deseja ter acesso a um conteúdo de sua preferência. De acordo com Gimenez (2008, p.2 *apud* Salomão, 2011, p.2), um falante provido de competência intercultural é aquele que faz uso de competências linguísticas e conscientização sociolinguística para fazer a relação entre língua e contexto capaz de transpor as barreiras culturais, a ponto de evitar divergências de sentidos e crenças que permeiam a comunicação entre as culturas.<sup>20</sup>

O desejo de transpor essas barreiras para alcançar o objetivo de identificação com a cultura norte-americana tem a capacidade de tornar-se fator motivacional que desperte o interesse em conhecer não somente o maior número de estrangeirismos, como ter domínio do idioma, para assim participar desse universo cultural e globalizado.

## **2.4 A importância dos grupos para os adolescentes**

A adolescência é uma fase de grandes mudanças na vida do ser humano, novas descobertas e importantes passos para a vida adulta são dados nesse período da vida.

Pertencer a um grupo é uma das formas de o jovem buscar uma identidade, através de preferências e costumes culturais, e, então, afirmar sua personalidade. Os grupos se formam entre os próprios adolescentes, e são adequados de acordo com gostos musicais, estilos de roupas, filmes, livros, séries, jogos, tecnologia e muitos outros aspectos da vida social deles. Conforme Crystal (2003 *apud* Meyer 2013, p.14), as pessoas necessitam fazer parte de uma sociedade, e a cultura é fator de inclusão ou exclusão delas nesses grupos sociais.

A inserção em um grupo constitui uma forma de o adolescente moldar sua identidade, até que ele se afirme totalmente como adulto, formando uma personalidade definida, seja ela moldada por qualquer cultura:

---

<sup>20</sup> < <http://dx.doi.org/10.1590/S010244502011000200003> >

O grupo é o habitat natural do adolescente e, nele, ele se organiza, com comunicação própria, inicialmente pela linguagem corporal e lúdica. À medida que o grupo adolescente se vai desenvolvendo, adquire uma linguagem verbal e não verbal própria. A primeira, na maioria das vezes, de natureza contestatória e, a segunda expressa o modo como ele se coloca para o mundo.<sup>21</sup>

Para pertencer a um grupo, o adolescente também costuma adequar a linguagem como uma alternativa para não ficar isolado da comunicação que existe entre seus membros. Como nos mostra Kramsch (2005, p.70, *apud* Meyer 2013, p.14), a linguagem utilizada pelo grupo também pode ser modelada de acordo com o interlocutor para uma melhor relação interpessoal.

Estar inserido em um grupo onde a influência da cultura norte-americana se faz presente significa que o adolescente irá seguir certos padrões de comportamento, não somente linguísticos, mas também de costumes sociais e preferências moldadas por itens da mesma cultura. Agindo dessa forma, o adolescente busca referências culturais em fontes que o aproximem o máximo da cultura norte-americana, e o mercado consumidor tira proveito dessa busca por identidade, criando um universo que envolve em hábitos culturais:

Strasburger (2004) também cita que diariamente crianças e adolescentes dos E.U.A. veem 3.000 propagandas por dia. Não é, portanto difícil de acreditar que existe um mercado voltado exclusivamente para estimular esses jovens a ser mais consumistas. E o resultado desse processo acaba sendo pessoas do mundo todo que possuem os mesmos valores, escolhas e influências. (MEYER, 2013, p.16)

Esse público adolescente ou jovem consome a cultura de forma corriqueira, muitas vezes, não percebendo o que pode induzi-lo a isso, ou sem a percepção de que algum grupo ou ideologia poderia ser fator influenciador em suas escolhas. Surfando na onda da moda ou influências culturais, os adolescentes seguem participando de seus grupos, que no futuro serão experiências válidas para a afirmação como seres pensantes e livres em suas decisões.

Para um melhor conhecimento de como a influência norte-americana entre esses grupos acontece, bem como um resultado satisfatório e bem apurado da Pesquisa, foi desenvolvida uma metodologia que leva em consideração os principais fatores ligados ao fenômeno por ela apresentado. A seguir, será apresentada a metodologia utilizada nessa investigação.

---

<sup>21</sup> <<http://www.dst.uff.br/revista16-2-2004/3.pdf>>

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 Tipo de Pesquisa**

Será realizada uma pesquisa de campo, pela necessidade de se extrair dados diretamente do local onde os modelos da cultura norte-americana se fazem presentes em quantidade suficiente para dar um resultado satisfatório a essa pesquisa. A pesquisa tem caráter quantitativo, que se dará por meio de análise de gráficos a partir da coleta de dados feita pelos questionários objetivos.

#### **3.2 População**

A pesquisa contará com uma população de, em média, 400 jovens frequentadores de um *shopping* da cidade de Teresina no estado do Piauí.

#### **3.3 Amostra**

A amostra dessa pesquisa será constituída de 10% da população local diária, ou seja, 40 jovens que costumam frequentar um *shopping* e nele consumir cultura norte-americana através de cinema, alimentação, vestuário, livros e consumo de marcas e produtos em geral.

#### **3.4 Técnica de Coleta de Dados**

A pesquisa será realizada por meio de dois questionários estruturados, com questões fechadas.

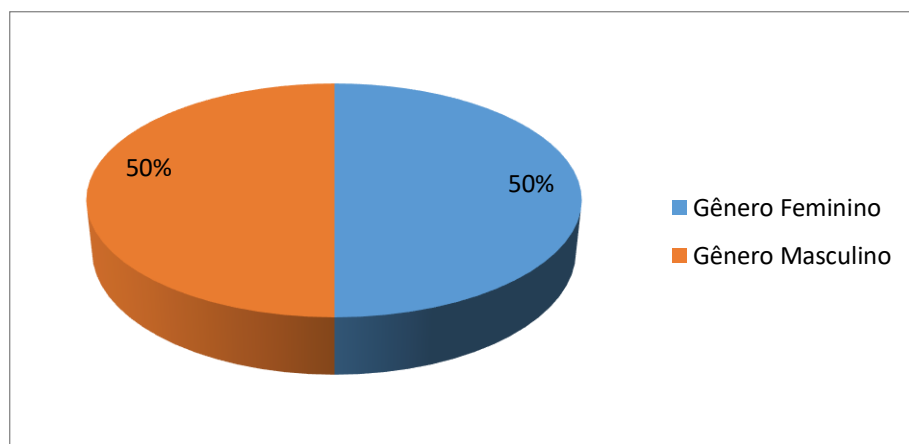
Apresentaremos, a seguir, a análise e discussão dos dados alcançados na pesquisa, através dos questionários propostos.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Entre os meses de abril e junho de 2017, essa pesquisa de campo foi efetivada pela necessidade de extrair dados diretamente do local onde se pudesse encontrar a amostra adequada para se alcançar os objetivos propostos para essa investigação.

A pesquisa, de caráter quantitativo, foi realizada através de um questionário objetivo, com 13 questões objetivas (APÊNDICE I), sobre as preferências de jovens teresinenses, com idades entre 12 e 20 anos, e frequentadores de um *shopping* da cidade. Todos os participantes, por livre e espontânea vontade, se dispuseram em colaborar.

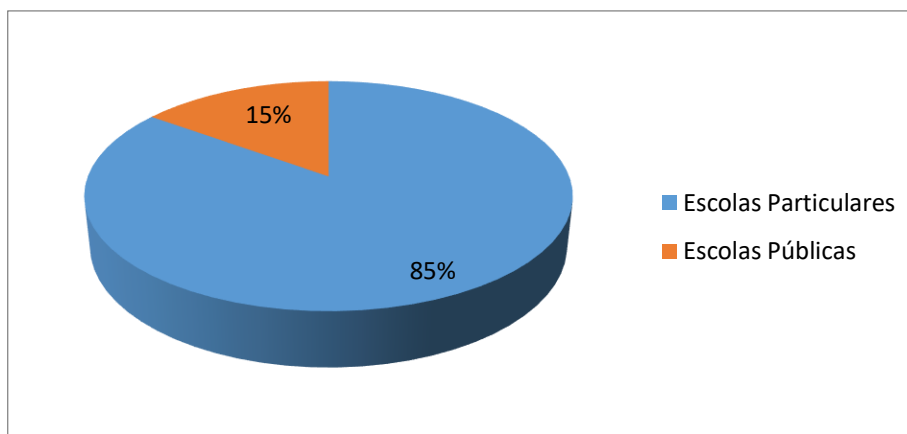
Gráfico 01 - Quanto ao gênero dos entrevistados



Fonte: o autor

Conforme demonstra o gráfico 1, 50% são do gênero feminino e 50% do gênero masculino.

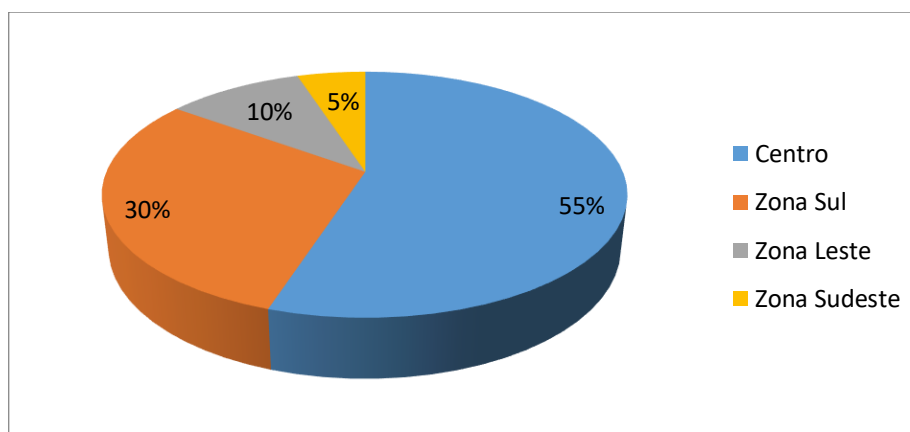
Gráfico 02 - Quanto ao tipo de escola frequentada pelos entrevistados



Fonte: o autor

Do grupo de jovens pesquisados, 85% são alunos de instituições de ensino particular e 15% estudam em escolas públicas, conforme nos mostra o gráfico 2.

Gráfico 03 - Quanto à localização do bairro onde moram os entrevistados

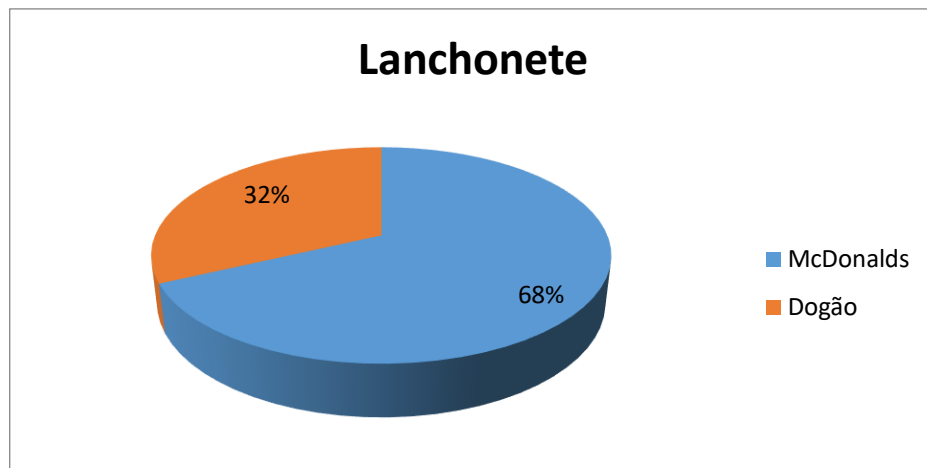


Fonte: o autor

De acordo com o gráfico 3, 55% são moradores do Centro de Teresina, 30% da zona Sul, 10% são moradores da zona Leste e 5% da zona Sudeste da cidade.

A seguir, será apresentado o resultado do questionário estruturado aplicado aos jovens, bem como a análise e discussão dos resultados por ele fornecidos, dados esses que serão representados por meio de números e gráficos gerados a partir da coleta.

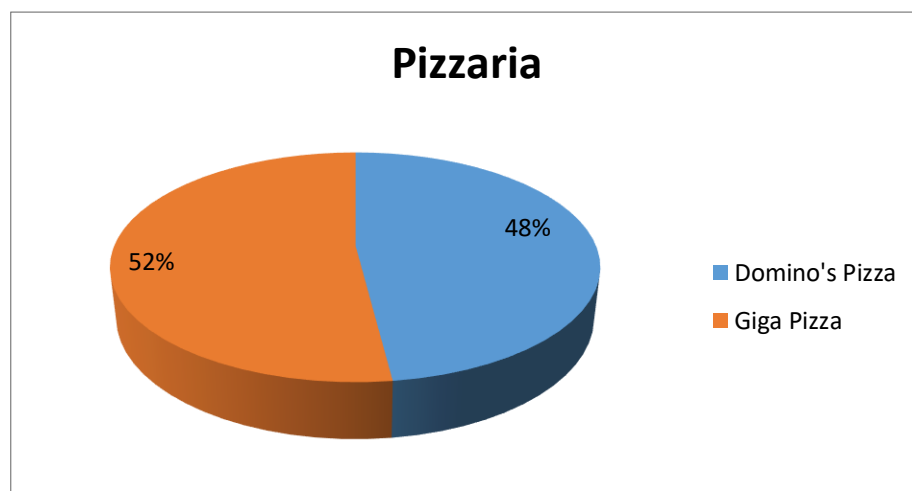
A primeira questão da pesquisa realizada abordou 13 itens, de “a” ao “m”, de uso comum entre os jovens de faixa etária entre 12 e 20 anos.

Gráfico 04- Questão 1a, quanto a redes de lanchonete *fast food*.

Fonte: o autor

O gráfico 4 mostra que 68% optaram pela rede *McDonalds*, enquanto 32% escolheram a rede de lanchonetes *Dogão*.

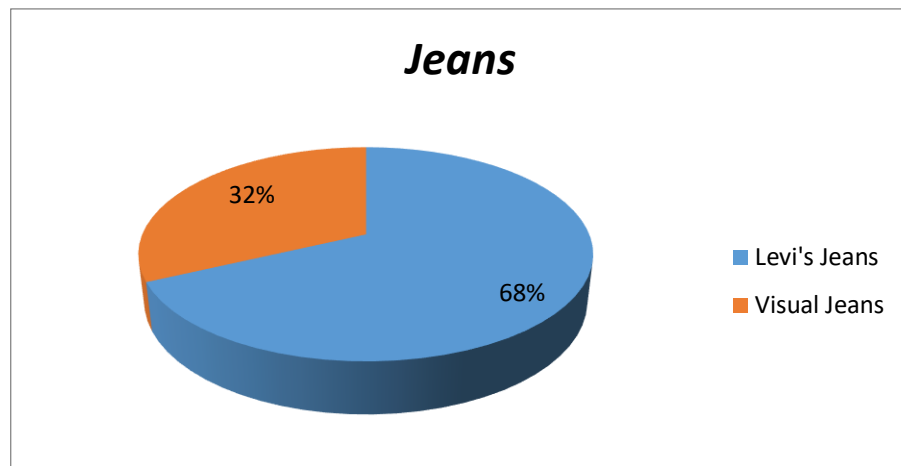
Gráfico 05- Questão 1b, quanto a redes de pizzarias.



Fonte: o autor

O gráfico 5 mostra que 52% escolheram a rede de pizzarias *Giga Pizza* e 48% optaram pela rede norte-americana *Domino's Pizza*.

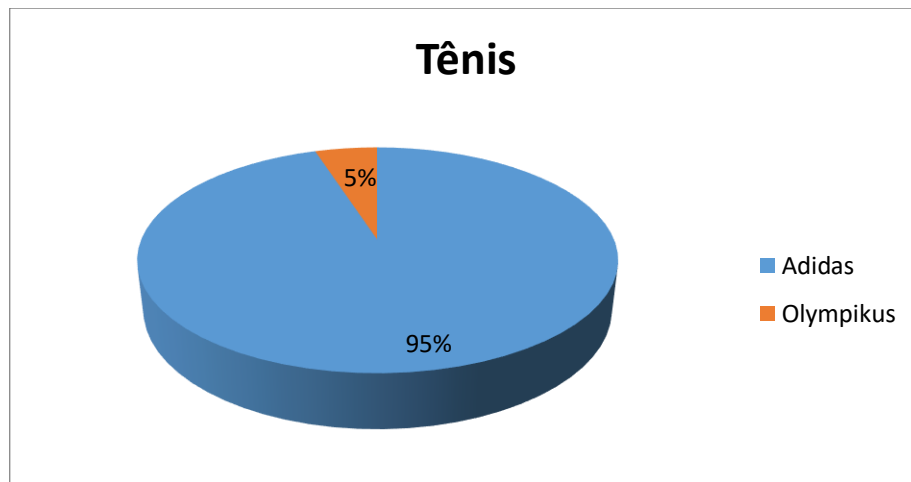
Gráfico 06 – Questão 1c, quanto a marcas de vestuário em *jeans*.



Fonte: o autor

De acordo com o gráfico 6, 68% optaram por *Levi's Jeans* e 32% optaram por *Visual Jeans*.

Gráfico 07 – Questão 1d, quanto a marcas de tênis.

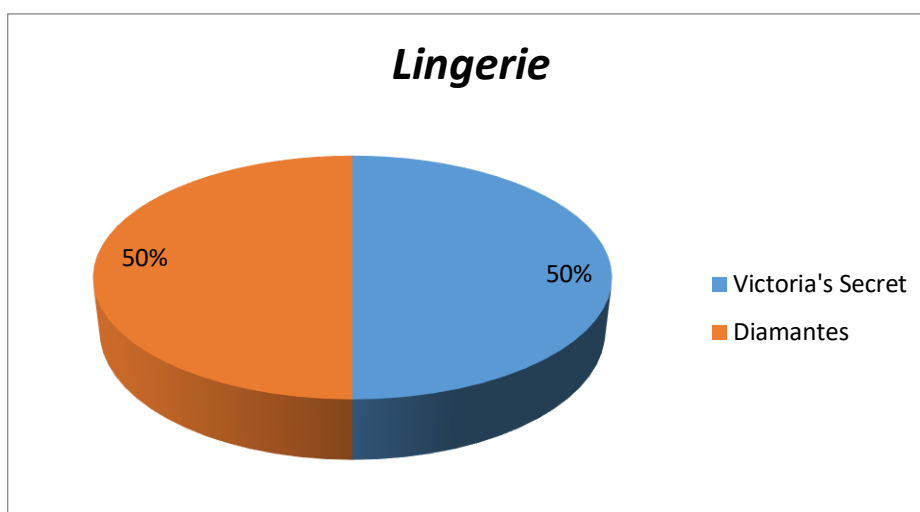


Fonte: o autor

O gráfico 7 mostra que 95% preferem tênis *Adidas*, enquanto 5% fizeram opção por *Olympikus*.



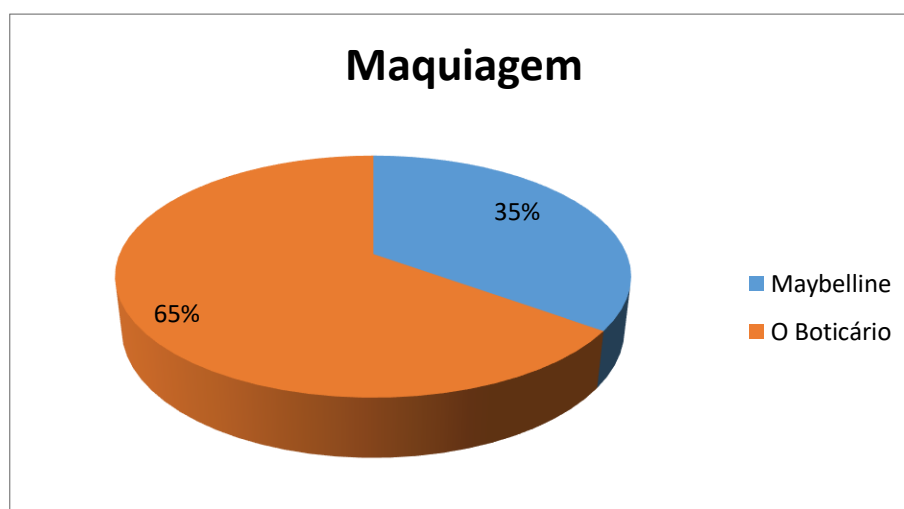
Gráfico 08 – Questão 1e, quanto a marcas de roupas íntimas, *lingerie*.



Fonte: o autor

Conforme mostra o gráfico 8, 50% dos participantes optaram pela marca norte-americana *Victoria's Secret* e 50% optaram pela marca *Diamantes*.

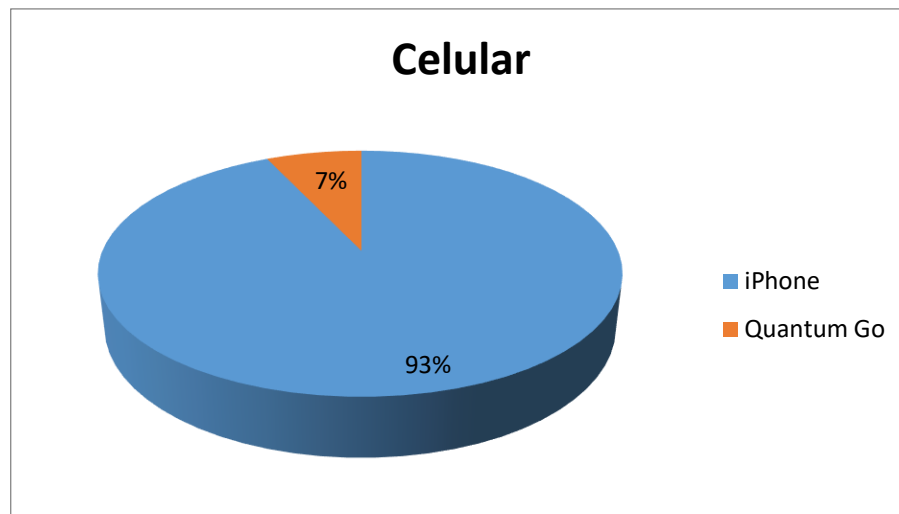
Gráfico 09 – Questão 1f, quanto a marcas de maquiagem.



Fonte: o autor

Conforme mostra o gráfico 9, 65% preferem a marca brasileira *O Boticário*, enquanto 35% preferem *Maybelline*.

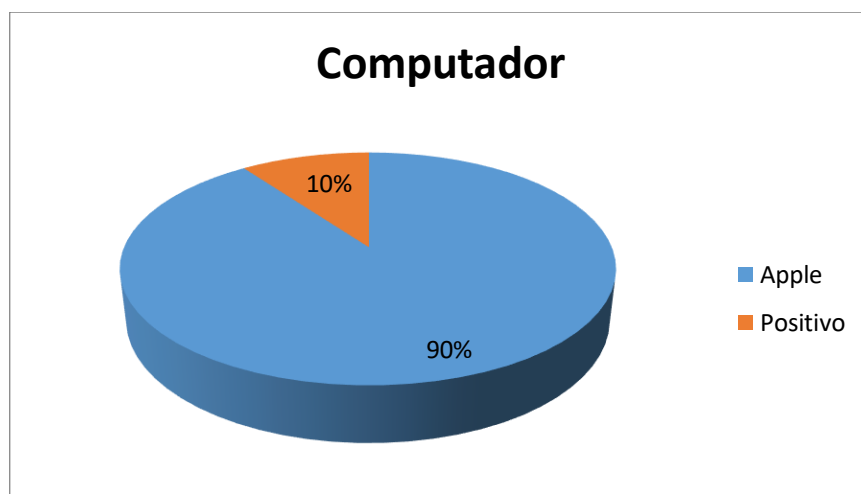
Gráfico 10 – Questão 1g, quanto a marcas de celulares.



Fonte: o autor

Conforme mostra o gráfico 10, a preferência pela marca *iPhone* alcançou 93%, enquanto o *Quantum Go* foi escolhido por 7% dos jovens.

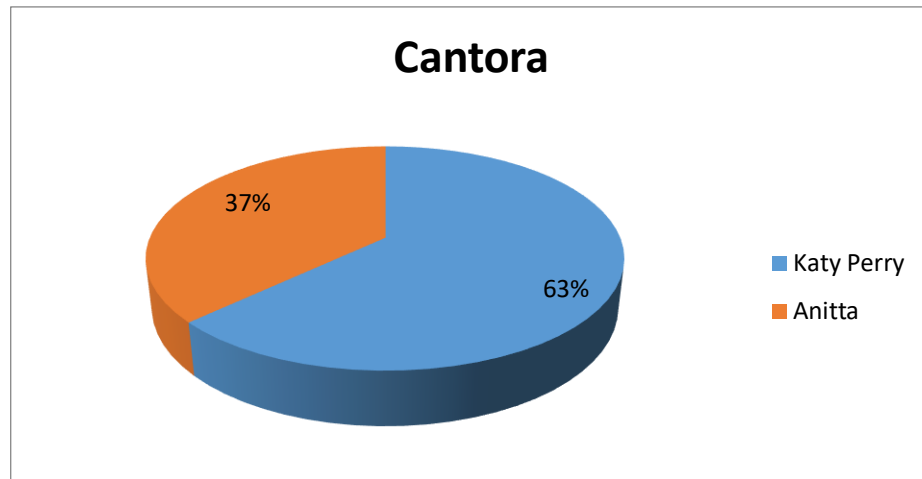
Gráfico 11 – Questão 1h, quanto a marcas de computadores.



Fonte: o autor

Como o gráfico 11 nos mostra, 90% demonstraram preferência pelos computadores da marca *Apple*, enquanto 10% preferiram a marca Positivo.

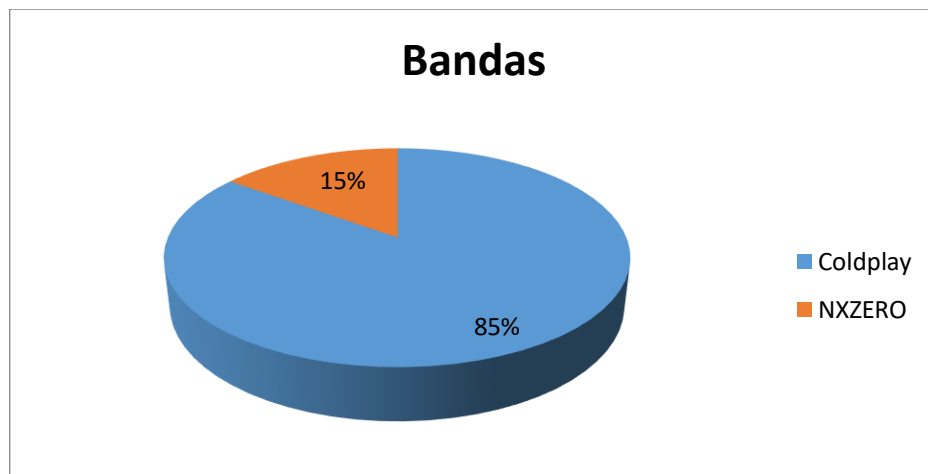
Gráfico 12 – Questão 1i, quanto a cantoras.



Fonte: o autor

Dos jovens pesquisados, 63% preferiram a cantora Katy Perry e 37% preferiram a cantora brasileira Anitta, como mostra o gráfico 12.

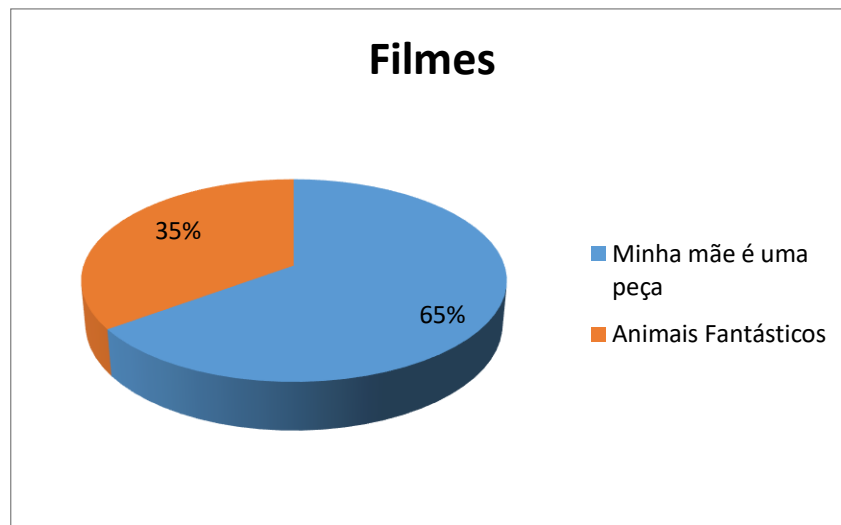
Gráfico 13 – Questão 1j, quanto a bandas musicais.



Fonte: o autor

Entre as bandas musicais, 85% dos pesquisados preferiram a banda *Coldplay*, enquanto 15% preferiram a banda brasileira NXZERO, conforme nos mostra o gráfico 13.

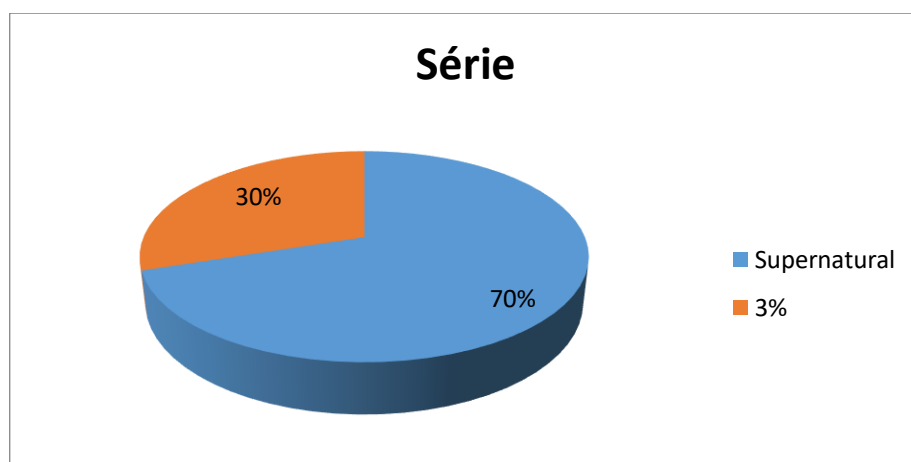
Gráfico 14 – Questão 1k, quanto a filmes de cinema



Fonte: o autor

De acordo com o gráfico 14, 65% dos pesquisados preferiram o filme brasileiro “Minha mãe é uma peça”, enquanto 35% preferiram “Animais Fantásticos”.

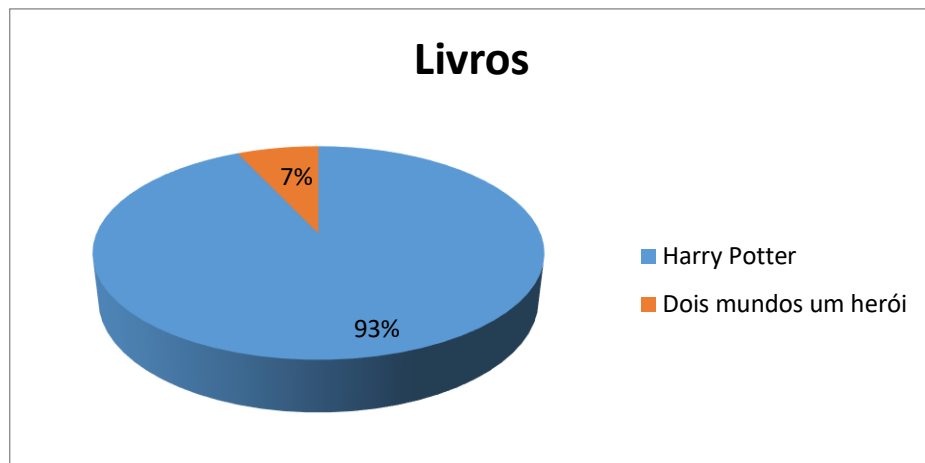
Gráfico 15 – Questão 1l, quanto a séries de televisão.



Fonte: o autor

Conforme mostra o gráfico 15, 70% dos jovens escolheram a série *Supernatural*, enquanto 30% preferiram a série brasileira 3%.

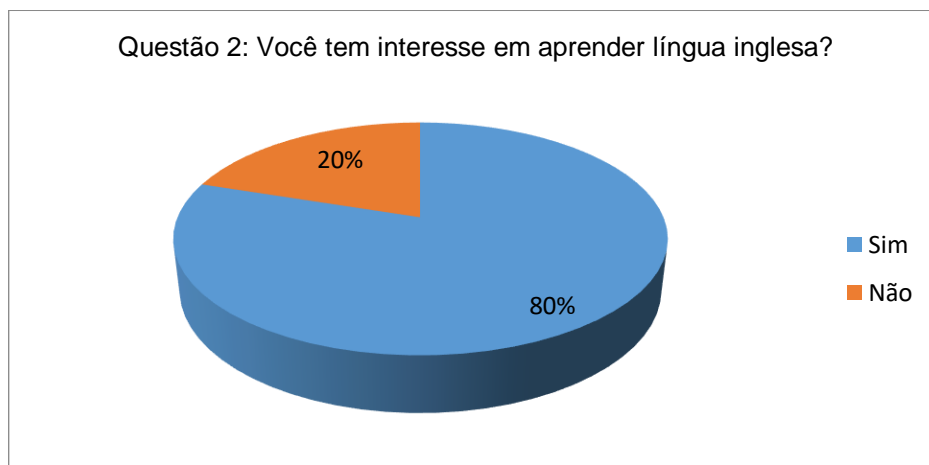
Gráfico 16 – Questão 1m, quanto a livros



Fonte: o autor

Com relação aos livros, 93% dos pesquisados preferiram o livro *Harry Potter*, e 7% deles mostraram preferência pelo livro "Dois mundos um herói", conforme mostra o gráfico 16.

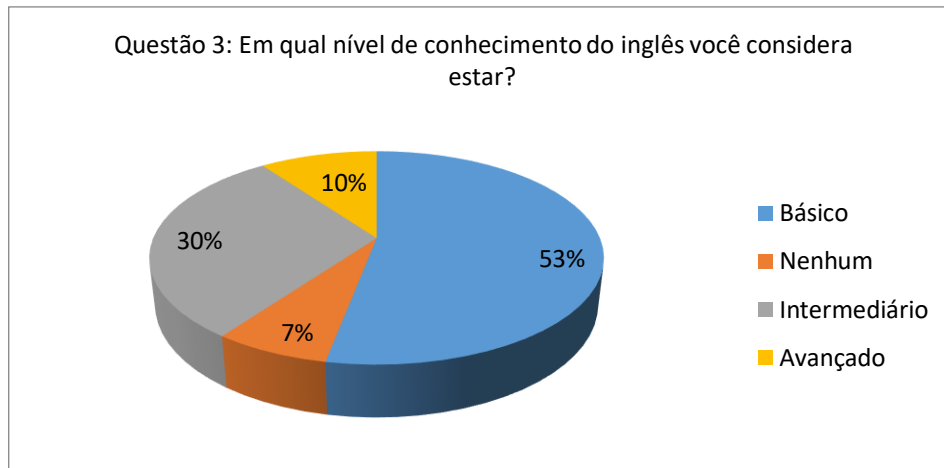
Gráfico 17 - Questão 2: Você tem interesse em aprender língua inglesa?



Fonte: o autor

De acordo com o gráfico 17, 80% dos jovens afirmaram ter interesse em aprender língua inglesa, enquanto 20% disseram não se interessar em aprender o idioma.

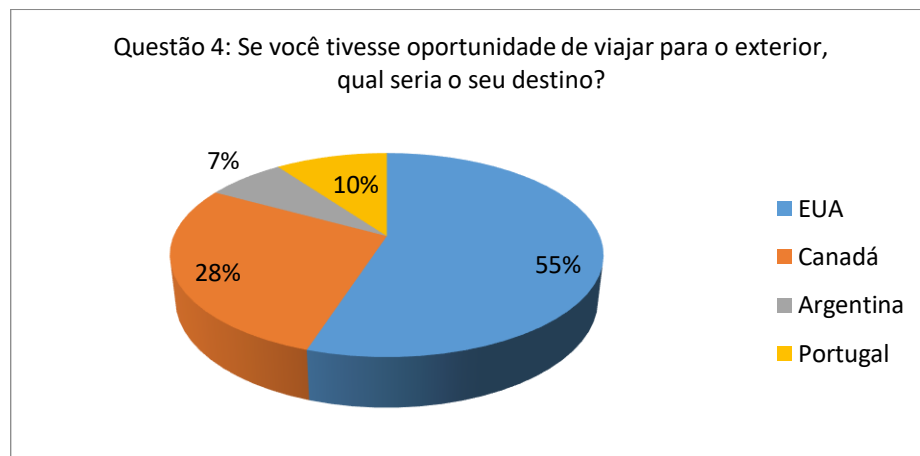
Gráfico 18 – Questão 3: Em qual nível de conhecimento do inglês você considera estar?



Fonte: o autor

Conforme o gráfico 18 mostra, 53% dos participantes afirmam ter nível básico de inglês, 7% dizem não ter nenhum conhecimento em língua inglesa, 30% dizem possuir nível intermediário e 10% dizem estar em nível avançado do idioma.

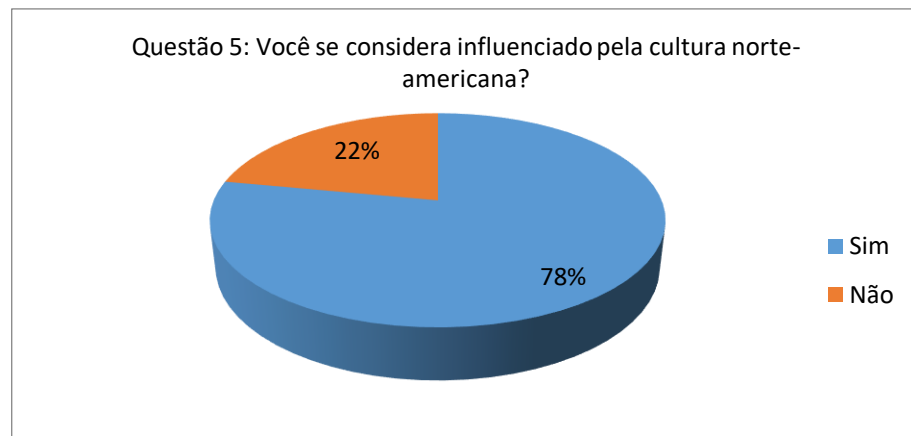
Gráfico 19 – Questão 4: Se você tivesse oportunidade de viajar para o exterior, qual seria seu destino?



Fonte: o autor

De acordo com o gráfico 19, 55% dos jovens preferem viajar para os Estados Unidos, 28% para o Canadá, 7% viajariam para a Argentina e 10% para Portugal.

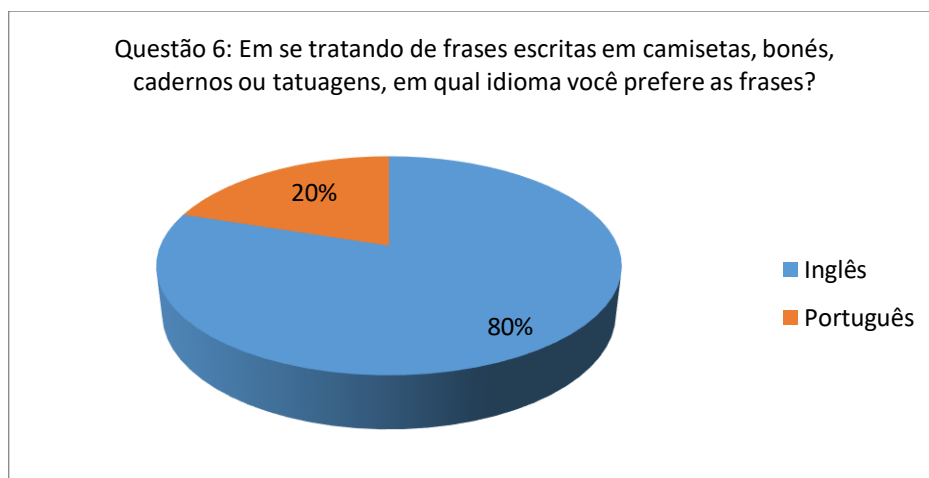
Gráfico 20 – Questão 5: Você se considera influenciado pela cultura norte-americana?



Fonte: o autor

De acordo com o gráfico 20, 78% dos jovens consideram-se influenciados pela cultura norte-americana, ao passo em que 22% não se consideram.

Gráfico 21 – Questão 6: Em se tratando de frases escritas em camisetas, bonés, cadernos ou tatuagens, em qual idioma você prefere as frases?



Fonte: o autor

Conforme o gráfico mostra, 80% dos jovens preferem frases escritas em inglês, enquanto 20% preferem em português.

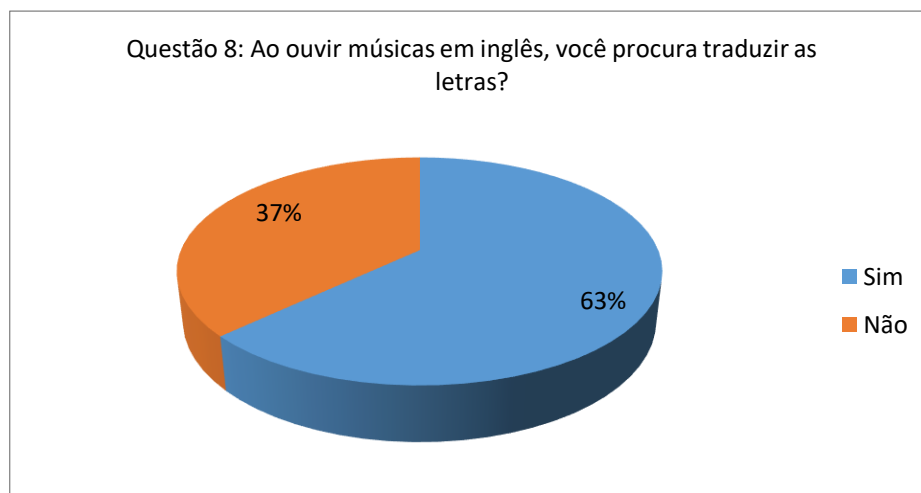
Gráfico 22 – Questão 7: Em relação a filmes em inglês, você prefere assistir:



Fonte: o autor

A pesquisa mostrou que 52% dos jovens preferem o filme legendado e 48% preferem o filme dublado, conforme mostra o gráfico 22.

Gráfico 23 – Questão 8: Ao ouvir músicas em inglês, você procura traduzir as letras?

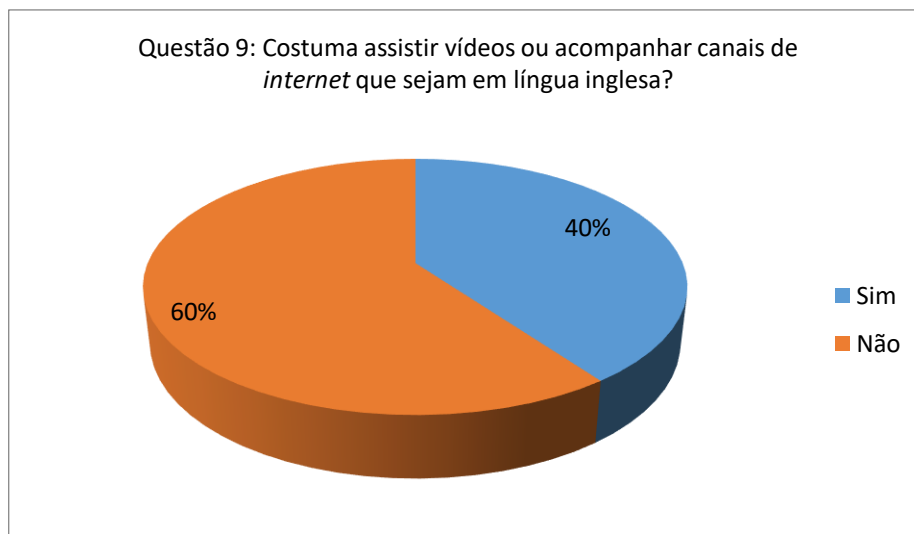


Fonte: o autor

Conforme mostra o gráfico 23, 63% dos pesquisados procuram traduzir as canções em inglês para entender seu significado, enquanto 37% não traduzem as letras.



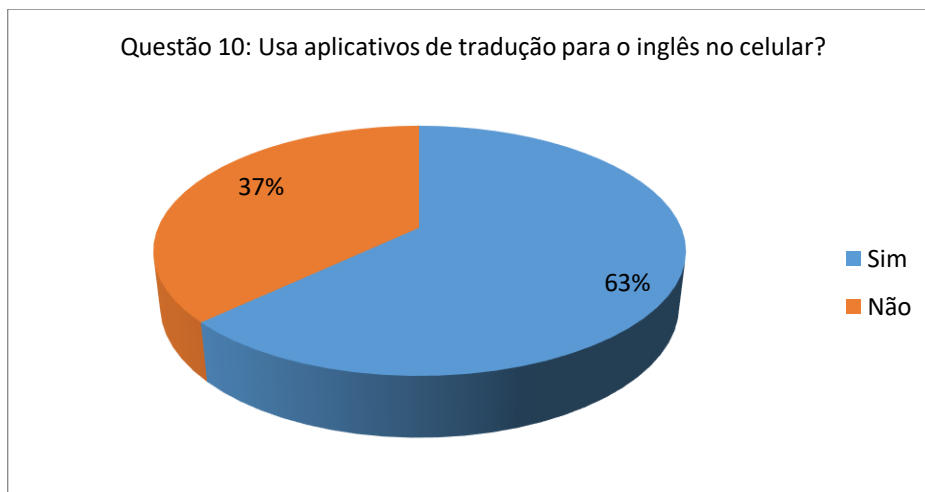
Gráfico 24 – Questão 9: Costuma assistir vídeos ou acompanhar canais de *internet* que seja em língua inglesa?



Fonte: o autor

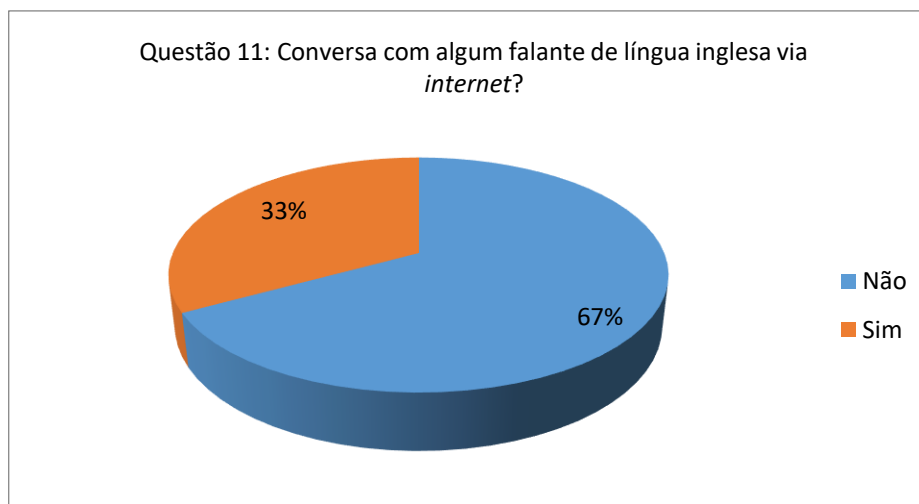
Conforme é mostrado no gráfico 24, 60% dos participantes não assistem canais ou vídeos em língua inglesa, enquanto 40% dizem assisti-los.

Gráfico 25 – Questão 10: Usa aplicativos de tradução para o inglês no celular?



Fonte: o autor

Conforme o gráfico 25, 63% dos jovens fazem uso de aplicativos de tradução para língua inglesa no celular, enquanto 37% não o fazem.

Gráfico 26 – Questão 11: Conversa com algum falante de língua inglesa via *internet*?

Fonte: o autor

De acordo com o gráfico 26, 67% dos jovens que responderam a pesquisa não têm contato com falantes de inglês via internet, enquanto 33% deles afirmam que mantêm contato com falantes de língua inglesa.

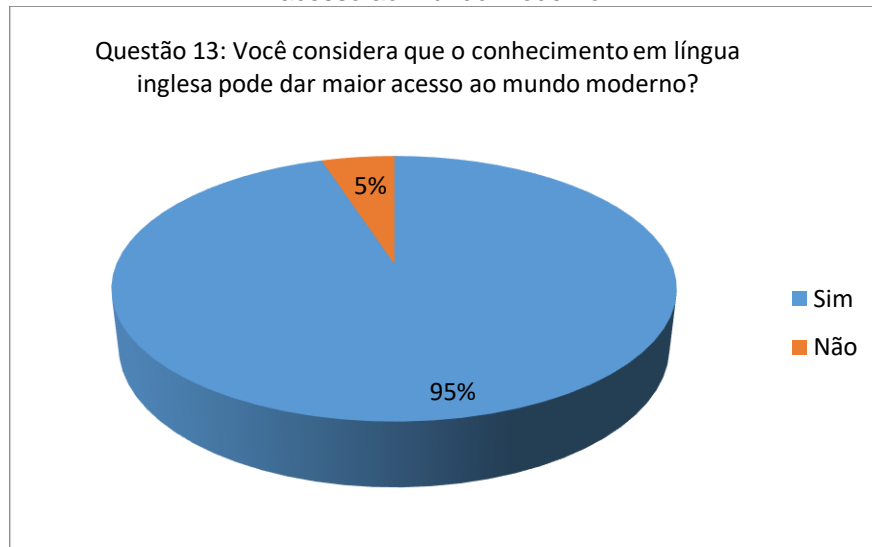
Gráfico 27 – Questão 12: Que nível de importância o inglês tem nos dias de hoje?



Fonte: o autor

O gráfico 27 mostra que 60% dos jovens pesquisados consideram a língua inglesa de máxima importância nos dias de hoje, 30% deles consideram que tem importância mediana e 10% consideram-na sem nenhuma importância atualmente.

Gráfico 28 – Questão 13: Você considera que o conhecimento em língua inglesa pode dar maior acesso ao mundo moderno?



Fonte: o autor

A pesquisa mostrou que 95% dos jovens consideram que o conhecimento em língua inglesa propicia um maior acesso ao mundo moderno, enquanto 5% não têm a mesma opinião.

Após a análise e discussão dos dados da Pesquisa, passaremos às nossas considerações finais acerca do que foi alcançado nessa investigação.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o propósito de conhecer a possível conexão entre as preferências dos jovens pela cultura norte-americana e o interesse dos mesmos pela língua inglesa, a presente Pesquisa trabalhou com diversos aspectos que se relacionam diretamente com o universo cultural dos jovens, destacando detalhes relevantes da relação entre cultura e língua, na convivência destes com o meio social permeado por traços de influências da cultura norte-americana e língua inglesa. O destaque de particularidades desse fenômeno social e linguístico acrescenta mais conhecimento ao universo de outras pesquisas que serão desenvolvidas dentro do vasto campo de estudos da sociolinguística.

Tais detalhes são aqui especificados a título de comprovação das hipóteses levantadas. Após a análise dos resultados do Trabalho sobre as preferências por itens oriundos das duas culturas, americana e brasileira, mostrou-se que houve uma preferência superior pelos itens da cultura norte-americana, em que 70% dos jovens apresentaram preferência por eles. Por outro lado, a análise relacionada ao interesse em aprender a língua inglesa, viagem ao exterior, frases em roupas e acessórios, usos de aplicativos de tradução e interesse em traduzir canções para entendê-las também alcançaram altos níveis de aceitação nas categorias relacionadas ao inglês. Os dados, pois, confirmam as hipóteses levantadas, que dizem respeito a uma relação diretamente proporcional entre a preferência por itens da cultura norte-americana e o interesse pela língua.

Os números levantados na pesquisa também evidenciaram fatos interessantes sobre a influência da língua inglesa entre os jovens. Analisando os dados, foi possível avaliar que a maioria dos pesquisados se considera influenciado pela cultura de língua inglesa. A maioria deles também considera que a língua inglesa tem nível máximo de importância nos dias de hoje e que o conhecimento da língua trará maior acesso ao mundo moderno e globalizado.

Sendo assim, após apurada investigação e análise dos dados levantados, foi claramente observada a confirmação das hipóteses e os objetivos da pesquisa, plenamente alcançados.

No que diz respeito ao meio acadêmico e ao ensino de língua inglesa, a relevância dessa Pesquisa se destaca em aliar o processo de ensino-aprendizagem do idioma ao contexto social e ao universo de escolhas dos jovens, para que o aprendizado de língua inglesa seja mais produtivo, criativo, dinâmico e repleto de descobertas, tal qual a fase da vida dos jovens costuma ser. Visto desta forma, o processo de ensino-aprendizagem de inglês ultrapassa as barreiras do mecânico e retrógrado ensino, para um mundo de escolhas e descobertas que vão de acordo com o real sentido de aprender uma nova língua.

Recomenda-se a observação dessa investigação como mais uma ferramenta de conhecimento de detalhes do contexto sociolinguístico dos jovens em relação à língua inglesa e sua cultura. Os detalhes aqui colocados em evidência poderão ser fontes de auxílio a futuras pesquisas na área da sociolinguística e ensino-aprendizagem de língua inglesa. Aliada a investigações de áreas específicas dentro do fenômeno da influência da cultura e língua norte-americanas entre os jovens, futuras pesquisas nessa área possibilitarão a identificação de pontos de apoio para novas modalidades de ensinar, despertar o interesse e chamar a atenção dos jovens para a importância que a língua inglesa exerce em nossos tempos.

A Pesquisa é fruto de observação e estudos realizados dentro do contexto relacionado ao universo cultural e linguístico dos jovens. A observação de aspectos da conexão cultura e língua são essenciais para todo aquele que trabalha com processo educativo, especialmente de língua inglesa. Com o destaque e a consolidação alcançados pela língua inglesa, principalmente no atual mundo globalizado, a presente Pesquisa é de relevante importância para a projeção da intrínseca relação entre a influência da cultura norte-americana e a língua inglesa, sendo observada do ponto de vista dos jovens que delas fazem uso, seja para formar sua identidade ou para se conectar ao mundo moderno em que vivem.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Júlia Falivene, **A invasão cultural norte-americana** [ livro eletrônico] \ Júlia Falivene Alves – 1 ed. -- São Paulo: Moderna, 2012. -- (coleção polêmica).

BELTRAN, Luis Ramiro. B392e **Comunicação dominada: os Estados Unidos e os meios de comunicação da América Latina** / Luis Ramiro Beltrán e Elizabeth Fox de Cardona; tradução de Paulo Roberto da Costa Kramer. - Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. (Coleção educação e comunicação; v. 8).

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio: o dicionário da língua portuguesa**/ Aurélio Buarque de Holanda Ferreira; coordenação de edição Marina Baird Ferreira. – 8. ed. – Curitiba: Positivo , 2010.

FUSER, Igor. **EUA: os donos do mundo.**

Disponível em:< <http://origin.guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/eua-donos-mundo-434729.shtml>> Acesso em 12 de novembro de 2016.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**/ Anthony Giddens; tradução Raul Fiker.—São Paulo: Editora Unesp,1991.— ( Biblioteca básica)

GONZÁLEZ, Justo L. **Cultura & Evangelho: o lugar da cultura no plano de Deus**/ Justo L. González; [traduzido por Vera e. Jordan Aguiar]. – São Paulo: Hagnos, 2011.

KARNAL, Leandro **História dos Estados Unidos : das origens ao século XXI** / – Leandro Karnal ... [et al.]. – São Paulo : Contexto, 2007. Vários autores. Disponível em: <https://lelivros.pro/book/baixar-livro-historia-dos-estados-unidos-leandro-karnal-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online/> . Acesso em: 24 de janeiro de 2017.

LEFFA, Vilson J. **O ensino de línguas estrangeiras no contexto nacional.** Contexturas, APLIESP, n. 4, p. 13-24, 1999. O ensino das línguas estrangeiras no contexto nacional Vilson J. Leffa Universidade Católica de Pelotas.

Disponível em: < <http://www.leffa.pro.br/textos/trabalhos/oensle.pdf> > Acesso em: 19 de janeiro de 2017.

MEYER, Milenie S. **A influência da Cultura Americana em Grupos de Adolescentes Brasileiros que estudam a Língua Inglesa: uma análise comparativa.** 2013. 45 folhas. Monografia (Especialização em Ensino de Línguas Estrangeiras Modernas) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2013. Disponível em: < [repositorio.roca.utfpr.edu.br/bitstream](http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/bitstream) > Acesso em: 27 de janeiro de 2017.

**Vizinhança global ou proximidade imposta? Impactos da comunicação intercultural mediada por computador sobre o papel da cultura no ensino de língua inglesa.**

Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.1590/S010244502011000200003> > Acesso em: 5 de janeiro de 2017.

### **Araújo F. - Americanização**

Disponível em:

<<http://www.infoescola.com/cultura/americanizacao/>><<http://www.dst.uff.br/revista16-2-2004/3.pdf>> Acesso em: 13 de janeiro de 2017.

**O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da segunda guerra**

Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rae/v41n2/v41n2a10.pdf> > Acesso em: 5 de janeiro de 2017

**O americanismo e seu sistema de difusão de ideologia.** Disponível em:

<<http://jornalggn.com.br/blog/luisnassif/o-americanismo-e-seu-sistema-de-difusao-de-ideologia> > Acesso em 20 de dezembro de 2016.

**A influência dos estrangeirismos na língua portuguesa: um processo de globalização, ideologia e comunicação.**

Disponível

em: <<http://www.filologia.org.br/revista/40/a%20influ%C3%Aancia%20dos%20estrangeirismos.pdf>> Acesso em: 12 de janeiro de 2017.

**Relações culturais internacionais e teoria crítica: estudando a legitimação do inglês como língua internacional-SANDRO MARTINS DE ALMEIDA SANTOS.**

Disponível em: <<http://www.santiagodantassp.locaweb.com.br/br/simp/artigos/santos.pdf>>

Acesso em 05 de janeiro de 2017.

**SCHÜTZ, Ricardo. "História da Língua Inglesa." English Made in Brazil**

<<http://www.sk.com.br/sk-enhis.html>>. Online. 01 de outubro de 2013.> Acesso em 18 de janeiro de 2017.

**História dos Estados Unidos – Leandro Karnal – Disponível em:**

<[https://lelivros.pro/parceiros/?utm\\_source=Copyright&utm\\_medium=cover&utm\\_campaign=link](https://lelivros.pro/parceiros/?utm_source=Copyright&utm_medium=cover&utm_campaign=link)> Acesso em 17 de janeiro de 2017

**As raízes puritanas.** Disponível em:

<<http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/asraizespuritanasimprimir.html>>

Acesso em: 23 de janeiro de 2017



# APÊNDICES

**APÊNDICE I**  
**QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PESQUISADOS**

1) Entre os itens abaixo, escolha o de sua preferência. Marque apenas uma opção em cada alternativa.

a) Lanchonete:



( ) *McDonald's*



( ) *Dogão*

b) Pizzaria:



( ) *Domino's Pizza*



( ) *Giga Pizza*

c) Jeans:



( ) *Levi's*



( ) *Visual*

d) Tênis:



( ) Adidas <sup>22</sup>



( ) Olympikus

e) Lingerie:



( ) Victoria's Secret



( ) Diamantes

f) Maquiagem:



( ) Maybelline



( ) O Boticário

g) Celular:



( ) Iphone



( ) Quantum Go

<sup>22</sup> Marca alemã que teve seus produtos popularizados mundo afora, através da cultura esportiva norte-americana.  
[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/adidas-supera-jordan-e-persegue-nike-em-vendas-de-tenis-nos-eua\\_33205.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/adidas-supera-jordan-e-persegue-nike-em-vendas-de-tenis-nos-eua_33205.html)

h) Computador:



( ) Apple



( ) Positivo

i) Cantora:



( ) Katy Perry



( ) Anitta

j) Banda:



( ) Coldplay<sup>23</sup>



( ) NXZERO

k) Filme:



( ) Animais Fantásticos



( ) Minha mãe é uma Peça

<sup>23</sup> Banda britânica que teve seu *boom* com o reconhecimento do mercado musical norte-americano.  
<http://www.radirock.com.br/2016/07/18/89-confere-o-inicio-da-turne-norte-americana-coldplay/>

l) Série:



( ) *Supernatural*



( ) 3%

m) Livro:



( ) *Harry Potter*<sup>24</sup>



( ) *Dois Mundos um Herói*

2) Você tem interesse em aprender língua inglesa?

( ) Sim

( ) Não

3) Em qual nível de conhecimento do inglês você considera estar?

( ) Nenhum conhecimento ( ) Básico ( ) Intermediário ( ) Avançado

4) Se você tivesse oportunidade de viajar para o exterior, qual seria seu destino:

( ) Estados unidos ( ) Canadá ( ) Argentina ( ) Portugal

5) Você se considera influenciado pela cultura norte americana?

( ) Sim

( ) Não

<sup>24</sup> Livro britânico que se tornou bastante difundido através da propaganda norte-americana de seus filmes.  
<https://omelete.uol.com.br/filmes/criticas/harry-potter-e-a-pedra-filosofal/?key=21618>

6) Em se tratando de frases escritas em camisetas, bonés, cadernos ou tatuagens, em qual idioma você prefere as frases ?

☐ Português      ☐ Inglês

7) Em relação a filmes em inglês, você prefere assistir:

☐ Dublado      ☐ Legendado

8) Ao ouvir músicas em inglês, você procura traduzir as letras?

☐ Sim      ☐ Não

9) Costuma assistir vídeos ou acompanhar canais de internet que sejam em língua inglesa?

☐ Sim      ☐ Não

10) Usa aplicativos de tradução para o inglês no celular?

☐ Sim      ☐ Não

11) Conversa com algum falante de língua inglesa via internet?

☐ Sim      ☐ Não

12) Que nível de importância o inglês tem nos dias de hoje?

☐ Nenhuma importância    ☐ Importância mediana    ☐ Máxima importância

13) Você considera que o conhecimento em língua inglesa pode dar maior acesso ao mundo moderno?

☐ Sim      ☐ Não

**APÊNDICE II**  
**QUESTIONÁRIO DE INFORMAÇÕES GERAIS DOS PARTICIPANTES**

NOME: -----

IDADE -----

GÊNERO    (    ) FEMININO    (    ) MASCULINO

ESCOLA    (    ) PÚBLICA    (    ) PARTICULAR

BAIRRO ONDE MORA -----