


unesp  **UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
Faculdade de Ciências e Letras
Campus de Araraquara - SP

AMANDA HENRIQUE PEREIRA

**TERMINOLOGIA DO DIREITO DO
CONSUMIDOR: ANÁLISE DAS MOTIVAÇÕES DA
VARIAÇÃO TERMINOLÓGICA**



ARARAQUARA-SP
2018

AMANDA HENRIQUE PEREIRA

**TERMINOLOGIA DO DIREITO DO
CONSUMIDOR: ANÁLISE DAS MOTIVAÇÕES DA
VARIAÇÃO TERMINOLÓGICA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Linha de pesquisa: Estudos do Léxico

Orientador: Odair Luiz Nadin da Silva

Bolsa: CNPq

ARARAQUARA – S.P.

2018

Pereira, Amanda Henrique
TERMINOLOGIA DO DIREITO DO CONSUMIDOR: Análise
das motivações da variação terminológica /
Amanda Henrique Pereira – 2018
108 f.

Dissertação (Mestrado em Linguística e
Língua Portuguesa) – Universidade Estadual
Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Faculdade
de Ciências e Letras (Campus Araraquara)
Orientador: Odair Luiz Nadin da Silva

1. Terminologia. 2. Variação Terminológica. 3.
Direito do Consumidor. I. Título.

Ficha catalográfica elaborada pelo sistema automatizado com
os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

AMANDA HENRIQUE PEREIRA

TERMINOLOGIA DO DIREITO DO CONSUMIDOR: Análise das motivações da variação terminológica

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – UNESP/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Linha de pesquisa: Estudos do Léxico

Orientador: Odair Luiz Nadin da Silva

Bolsa: CNPq

Data da defesa: 26 / 02/ 2018

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Odair Luiz Nadin da Silva - Universidade Estadual Paulista - FCLAr

Presidente e Orientador: Nome e título

Universidade.

Prof. Dr.^a Clotilde de Almeida Azevedo Murakawa -Universidade Estadual Paulista - FCLAr

Membro Titular:

Nome e título

Universidade.

Prof. Dr.^a Regiani Aparecida Zacarias Universidade Estadual Paulista – Campus Assis

Membro Titular:

Nome e título

Universidade.

Local: Universidade Estadual Paulista

Faculdade de Ciências e Letras

UNESP – Campus de Araraquara

AGRADECIMENTOS

Se a gratidão é a maior das virtudes, sempre há tempo para cultivá-la, desenvolvê-la e apego-me a essa oportunidade, a mim concedida, para manifestar quão grata sou por tantas experiências vividas. Agradeço, de todo coração, a Deus, pois, sem Ele, não teria conseguido concluir meus objetivos, sem a força que recebi de Deus, nada teria sido possível.

Sou profundamente grata a minha família que sempre me apoiou. Dedico um agradecimento especial a minha mãe, pelo amor e suporte incondicional, incansável, tudo isso faz toda diferença para mim.

Agradeço a meu orientador, Odair Nadin, por tudo, especialmente por ter acolhido a pesquisa e me auxiliado com muita paciência durante todo esse processo.

Agradeço às professoras Clotilde de Almeida Azevedo Murakawa e Regiani Zacarias pelas contribuições e generosidade, obrigada de coração.

Obrigada a todos amigos que de algum modo estiveram comigo e que muito me ajudaram, seja por meio de suas orações, apoio ou auxílio, sou imensamente grata por tudo isso também.

Por fim, agradeço ao CNPq pela bolsa a mim concedida durante o curso de mestrado.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo o estudo da variação terminológica no âmbito do Direito do Consumidor (DC). A pesquisa visa investigar os tipos de variação: denominativa e conceitual, mas se concentra mais especificamente, a identificar e analisar a variação conceitual. O Direito do Consumidor é uma área jurídica que ocupa-se de regulamentar todos os aspectos referentes às relações de consumo. Por isso, estudos terminológicos que sejam voltados ao DC são importantes na medida em que auxiliam na compreensão dos preceitos dessa área que são do interesse de grande parte dos cidadãos. Para tanto, faz-se um breve percurso histórico das principais correntes teóricas da Terminologia a fim de compreender o espaço dado à variação em cada uma delas. Com relação ao eixo teórico que sustenta este trabalho, elegeu-se, principalmente, os pressupostos teóricos da Teoria Comunicativa da Terminologia, de Cabré (1999). Tal fato justifica-se por essa teoria apresentar em seu escopo teórico-metodológico a possibilidade de variação na língua em uso no âmbito de especialidades. Além disso, retoma-se Freixa (2002; 2006) cujos trabalhos abordam as razões para a variação denominativa e demonstra a inter-relação entre as variações denominativa e conceitual. Com base em Fernández, Freixa e Cabré (2008; 2012), esta pesquisa direciona-se às teorias que analisam motivações de ordem cognitiva para a variação. No tocante à variação conceitual, baseia-se também nos preceitos de Kostina (2009). A autora dedica-se ao estudo da variação conceitual apontando alternativas para a identificação e a análise desse fenômeno nas terminologias. Nesse sentido, como procedimentos metodológicos, adequou-se alguns dos pressupostos metodológicos de Kostina (2009), entre eles, a análise da variação por meio de estruturas definitórias relacionadas aos termos que compõem nosso objeto de estudo. Essa seleção foi feita a partir de um corpus textual pertencente a diferentes níveis de especialidade. As definições foram buscadas em cada um dos textos do corpus, a partir disso, realizamos análise comparativa dessas construções. Como contraponto, apresentamos as definições apresentadas por um dicionário padrão de Língua Portuguesa e por um vocabulário jurídico para os termos analisados. Entende-se a partir disso, que variação conceitual ainda é um tema em ascensão e ainda há muito que ser investigado. Os resultados indicam que o âmbito do Direito do Consumidor apresenta uma organização epistemológica e terminológica complexa, pois reúne conceitos de outras áreas das ciências jurídicas. Verificou-se também que, a partir da análise de variação conceitual, foi possível identificar termos sinônimos aos analisados, isso motiva a busca por entender como esses diferentes usos influenciam a compreensão da terminologia do âmbito do Direito do Consumidor.

Palavras-chave: Terminologia. Variação terminológica. Direito do Consumidor.

ABSTRACT

The aim of this work is to present a study about terminological variation in the scope of Consumer Rights (CR). This research aims to study both denominative and conceptual variation, but it focuses on identifying and analysing conceptual variation. Consumer Rights is a juridical area, which deals with all the aspects of the relationships between individual consumers and businesses that sell goods and services. Therefore, terminological studies about CR are important because they help to improve the comprehension about the precepts of this area, which is of great interest to most citizens. In this research, we present a brief history of the main theories regarding Terminology. The theoretical axis, which supports this investigation is the Communicative Theory of Terminology (CABRÉ, 1999), and this is justified by the fact that this theory presents in its theoretical-methodological scope the possibility of language use variation in terms of specialized contexts. Moreover, Freixa (2002; 2006) states the reasons of denominative variation and demonstrates the inter-relation between the conceptual and denominative variations. Regarding cognitive variation, this study is based on the studies of Fernández, Freixa e Cabré (2008; 2012), and supported by the theoretical assumptions of Kostina (2009), who dedicates to conceptual variation by pointing out alternatives to the identification and analysis of this phenomenon. In this way, in order to develop this investigation, some methodological procedures were adapted from Kostina (2009), such as the variation analysis through defining structures. The selection of terms was made from a textual corpus compiled with different degrees of the CR speciality. We searched for definitions of selected terms in each text, resulting in a comparative analysis among them. As counterpoint, the same definitions were looked up in a standard Portuguese dictionary and a law vocabulary book. All in all, conceptual variation is still a rising issue and there is much to be investigated, principally in the area of Cognitive Linguistics. The area of Consumer Rights presents a complex organization due to the number of terms and concepts connected to other law areas. The analysis of conceptual variation also revealed the possibility of identifying synonymous terms, which motivates further investigation on how the use of these different terms influence the understanding of the Consumer Rights terminology.

Key words: Terminology. Terminological Variation. Consumer Rights.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1	Representação da variação terminológica	10
Imagem 2	Esquema das causas preliminares de variação	42
Imagem 3	Esquema das causas de variação	43
Imagem 4	Escala de nível de especialidade	58
Imagem 5	Exemplo de busca de ocorrências pelo <i>Adobe</i>	65

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Noções de conceito	35
Quadro 2	Resumo dos níveis de especialidade	59
Quadro 3	Tabela de frequência Freguês, Cliente e Paciente	73

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADCT	Ato das Disposições Constitucionais Transitórias
ADOC	Associação de Defesa e Orientação do Consumidor
APC	Associação de Proteção ao Consumidor
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CF	Constituição Federal
CNDC	Conselho Nacional de Defesa do Consumidor
DC	Direito do Consumidor
ENDC	Escola Nacional de Direito do Consumidor
LPE	Língua com Propósito Especial
PDF	Portable Document Format
PGR	Procuradoria Geral da República
PROCON	Programa de Proteção e Defesa do Consumidor
STF	Superior Tribunal Federal
STJ	Superior Tribunal de Justiça
TCT	Teoria Comunicativa de Terminologia
TGT	Teoria Geral de Terminologia
TST	Teoria Sociocognitiva de Terminologia
TT	Teoria de Terminologia
TXT	arquivo de texto
UT	Unidade Terminológica

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1.1 Relevância do tema e pesquisa em Terminologia.....	9
1.2 Escolha do âmbito do Direito do Consumidor.....	11
1.3 Objetivos.....	13
2. O DIREITO DO CONSUMIDOR.....	14
2.1 Aspectos técnicos do Código de Defesa do Consumidor.....	17
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
3.1 Breve percurso histórico da Terminologia	20
3.1.1 Escola Russa.....	21
3.1.2 Escola Checoslovaca.....	23
3.1.3 Escola Austríaca.....	24
3.2 Outros rumos para Terminologia a partir do século XX.....	26
3.2.1 Socioterminologia.....	27
3.2.2 Etnoterminologia.....	28
3.2.3 Teoria Sociocognitiva de Terminologia.....	29
3.2.4 Terminologia Cultural.....	29
3.2.5 Terminologia Textual.....	30
3.2.6 Teoria Comunicativa da Terminologia.....	30
3.2.6.1 Conceitos metodológicos da TCT.....	32
3.3 Noções de conceito.....	33
3.4 Variação Terminológica.....	37
3.4.1 Variação conceitual.....	49
4. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA: CORPUS, ANÁLISE E RESULTADOS.....	53
4.1 Corpus da pesquisa	53
4.2 Os níveis de especialidade.....	56
4.3 Etapas para seleção dos termos de análise.....	59
4.4 Análise dos dados.....	63
4.4.1 Buscas por definições.....	64
5. EXEMPLOS DE VARIAÇÃO TERMINOLÓGICA NO DOMÍNIO DO	
6. DIREITO DO CONSUMIDOR: Análise de uma amostra de ocorrências	66
6.1 Consumidor e fornecedor.....	66
5.1.1 Consumidor e fornecedor: Os protagonistas da relação de consumo.....	72
5.2 Serviço e produto.....	78
5.2.1 Serviço e produto em contraste.....	82
5.3 Vício, defeito e dano.....	84
5.3.1 Do vício ao dano: Um complexo problema para o Direito do Consumidor	90
5.4 Síntese do capítulo.....	93
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	95
REFERÊNCIAS.....	97

APÊNDICE A	103
APÊNDICE B	104

INTRODUÇÃO

A pesquisa em Terminologia¹ fundamenta-se no estudo do léxico das línguas, mas, concomitantemente, permite que o pesquisador esteja em contato com outras áreas científicas. Primeiro, por se tratar de uma disciplina cujo enfoque se dá, especificamente, em uma determinada área do conhecimento, investigando o comportamento linguístico em uso dentro de uma determinada ciência. Em segundo lugar, porque a Terminologia é, segundo Cabré (1999), multidisciplinar, pois se vale de aparatos teórico-metodológicos de outras áreas que auxiliam na composição de seu arcabouço científico.

Por isso, nesta pesquisa, alia-se a Terminologia ao Direito, com intuito de abordar a variação terminológica no âmbito do Direito do Consumidor, pretendemos alcançar tal objetivo por meio de uma análise terminológica descritiva de termos substantivos do Direito do Consumidor. Para tanto foi realizada análise dos termos que foram selecionados a partir de um corpus de pesquisa constituído com textos de níveis de especialidade² diferentes, isto é, textos identificados como alto nível de especialidade, nível intermediário e nível baixo.

1.1 A relevância do Tema e pesquisa em Terminologia

A Terminologia ocupa-se de investigar a língua em contexto científico; a partir dessa proposição é possível depreender a importância atribuída a esta disciplina, visto que é por meio da língua que se pode analisar o desenvolvimento de todos os saberes. Os avanços das ciências bem como suas transformações são acompanhadas, atestadas, ratificadas e divulgadas por meio da linguagem. Em função disso, pesquisar Terminologia permite, entre vários caminhos possíveis, a compreensão de como a língua influi na organização epistemológica das áreas investigadas e permite observar como a língua se transforma em função do uso.

Além dos fatores supracitados que reforçam a importância da Terminologia para as ciências, entendemos, também, que essa disciplina contribui para a divulgação científica dos preceitos teóricos das especialidades nas quais se propõe a investigar. Por meio de pesquisas que visam descrever o funcionamento da língua, a Terminologia cumpre também o papel de divulgar essas ciências ao investigar e desenvolver obras terminográficas como glossários, vocabulários e dicionários.

¹Ao nos referirmos a área científica, o faremos com grafia em letra maiúscula.

²Baseamo-nos em Hoffmann (1998); Ciapuscio (2008)

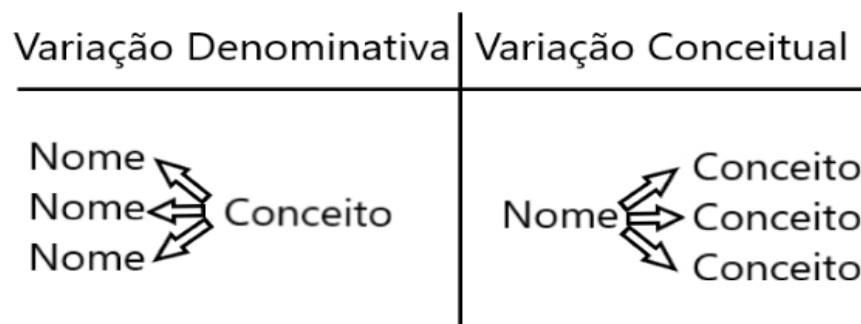
A respeito da divulgação da ciência, exercida pela Terminologia, Maciel (2012) afirma que na conjuntura globalizada atual, a difusão da ciência como bem comum reforça a concepção de que o texto especializado deve ser propagado e de que o conhecimento das terminologias extrapola os limites entre os especialistas e não especialistas, integrando o conhecimento no cotidiano dos cidadãos.

No tocante à variação terminológica, a Terminologia percorreu um longo caminho tendo como objetivo científico a normalização e padronização da língua em uso em contexto técnico e científico. Somente a partir do final dos anos de 1980, passou-se, então a admitir que as terminologias são suscetíveis aos fenômenos das línguas naturais e, então, a preocupar-se com a comunicação em correntes teóricas como a Socioterminologia. Essas pesquisas abriram margem para que, posteriormente, na década de 1990, despontassem os primeiros estudos que consideravam possibilidade de variação nas terminologias (FAULSTICH, 1995).

A partir disso, foram dados passos importantes na Terminologia em direção a investigações que contemplam a língua em contexto de especialidade como parte das línguas naturais, e que se engajam em descrever a linguagem das terminologias de modo mais próximo e comprometido com a realidade linguística (CABRÉ, 1999).

A variação terminológica pode ser analisada sob dois pontos de vista diferentes, a variação denominativa e a variação conceitual. A variação denominativa, ocupa-se das diferenças encontradas nas denominações dos conceitos, ou seja, nomes diferentes para um mesmo conceito. A variação conceitual refere-se às diferenças de conceitos, ou seja, vários conceitos atribuídos a um mesmo nome.

Imagem 1- Representação da variação terminológica



Fonte: Elaboração própria

A nosso ver, ainda há muito a ser desenvolvido no tocante às pesquisas voltadas à variação terminológica. Tal afirmação pode ser justificada por meio de três fatores principais.

Primeiramente, apoiamo-nos no fato de que os estudos em variação terminológica são relativamente recentes para a Terminologia. Há poucos anos são desenvolvidas pesquisas voltadas a variação terminológica, ainda assim, em sua maioria, direcionadas à variação denominativa. Portanto, se ainda há muito que ser questionado acerca desse tipo de variação, muito há também para ser investigado no âmbito da variação conceitual.

Outro aspecto a ser pontuado diz respeito ao fato que, fenômenos como a variação, somente são observáveis a partir da língua em uso, *in vivo*, como pontua Cabré (1999), ou seja, a variação somente pôde ser apropriadamente analisada no momento em que a Terminologia passou a valorizar o contexto real de uso da língua e, conseqüentemente, lançou outro olhar para a variação, que passou de “anomalia”, ou exceção como era nas teorias clássicas, para ser considerada parte da língua, consequência natural de seu uso.

O terceiro e último ponto é que cada uma das teorias que se propôs a analisar a variação, o fez a partir de uma metodologia específica tendo em vista seu escopo e objetos. Apesar da obviedade de tal proposição, o que pretendemos ilustrar com isso é que há necessidade em se desenvolver uma metodologia adequada ao contexto a ser investigado, realizando adaptações a procedimentos já aplicados a outras situações de análise.

Assim, defendemos que o princípio de adequação, proposto por Cabré (1999), aplica-se a pesquisas em variação terminológica, ou seja, cada uma das terminologias vai indicar os procedimentos de análise mais adequados ao escopo da pesquisa. Por isso, cada um dos trabalhos descritivos deverá ser constituído a partir de uma metodologia particular reajustável, que sofrerá adaptações conforme necessário.

A partir disso, tendo destacado a importância da variação terminológica, adentramos, na próxima seção, em questões referentes a escolha do DC como área objeto de nossa investigação.

1.2 Escolha da área do Direito do Consumidor

A aproximação do linguista a determinada ciência pode se dar por motivações distintas. Escolhemos o Direito do Consumidor (DC) como ciência de investigação por conta de sua relevância e alcance social. O Código de Defesa do Consumidor (CDC), lei que rege esse domínio do Direito, tem como objetivo mediar as relações de consumo, essas, por sua vez, envolvem a sociedade como um todo e, de certa forma, estão relacionadas a nossa sobrevivência, pois contemplam questões como a compra de produtos e utilização de serviços de natureza variada.

A especialidade do Direito do Consumidor tem alcance e relevância social, principalmente em face das relações que evidenciam a vulnerabilidade do consumidor perante o fornecedor, isto é, relações de consumo que demonstram a disparidade entre o cidadão comum, como consumidor, e grandes empresas e corporações no papel de fornecedores. Vulnerabilidade é um termo do Direito do Consumidor o qual significa que “o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo” (NUNES, 2012, p.178). Segundo o autor, o consumidor pode ser considerado vulnerável, ou desigual em comparação ao fornecedor, em dois aspectos. O primeiro, tecnicamente, por não compreender profundamente acerca dos produtos e serviços que consome; o segundo refere-se ao fato de o consumidor ser vulnerável também no sentido econômico se comparado ao fornecedor.

Destacamos também a colocação de Nunes (2012) com relação à pobreza do consumidor. Conforme o autor, é inegável o fato de que a população brasileira é pobre.

Estudar Lei 8.078/90 não é, portanto, avaliar aspectos jurídicos de uma comunidade rica, mas ao contrário é compreendê-la na sua incidência em um mercado constituído de pessoas pobres, para perceber por que a proteção deve ser bastante ampla. (NUNES, 2012, p. 72)

Isso significa, na visão do autor, que o Direito do Consumidor se dedica a defender os direitos de pessoas menos favorecidas economicamente e carecem de mecanismos que as protejam nas relações de consumo. Ampliando tal concepção de Nunes (2012), consideramos que o Direito do Consumidor abrange a população de forma geral, entendemos que a efetividade da proteção ao consumidor esteja mais assegurada à medida que seu nível de conhecimento das leis relativas ao consumo seja maior e mais consistente. A nosso ver, quanto mais a par o consumidor estiver de seus direitos, maior será a probabilidade de que eles busquem fazer valer o que a lei contempla.

Compreender, portanto, a linguagem em uso nas diretrizes que regem os direitos dos consumidores é parte importante do movimento que impulsiona a busca dos cidadãos pelo cumprimento da lei nas relações de consumo. Julgamos que, ao investigarmos a variação terminológica dessa especialidade, caminhamos em direção à compreensão mais ampla dos conceitos e da língua em uso nesse ramo do Direito, o que, mais adiante, poderá ser convertido em informação mais efetiva aos cidadãos. Por enquanto, atemo-nos ao funcionamento da língua nessa ciência e à variação terminológica com intuito de pôr em discussão essas questões sob o olhar da Linguística e contribuir para o social na medida em que buscamos compreender os preceitos do DC e divulga-los por meio desta pesquisa.

Com relação à língua em uso no DC, as leis que regem essa especialidade modificam-se, pois tendem a acompanhar os movimentos e transformações da sociedade. No DC, essas mudanças ocorrem de modo consideravelmente dinâmico, tanto pela vivacidade própria da língua, quanto pelo surgimento constante de novas formas de se estabelecer relações de consumo e prestar serviços. Nesse sentido, a lei modifica-se a fim de se readequar às novas realidades.

1.3 Objetivos

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar a motivação da variação terminológica no domínio do Direito do Consumidor (DC). Orientamo-nos para o desenvolvimento deste estudo nos pressupostos da Teoria Comunicativa de Terminologia (TCT). Ao debruçarmo-nos sobre o tema variação terminológica nos limites do DC pretendemos contribuir para compreensão a desse fenômeno como um todo, não somente no escopo da especialidade em questão.

Para que possamos alcançar tal propósito, estabelecemos como objetivos específicos os seguintes procedimentos:

- Apresentar e contextualizar a área do Direito do Consumidor;
- Realizar breve percurso histórico acerca das perspectivas da Terminologia;
- Problematizar a questão da variação terminológica no domínio do DC, com ênfase na variação conceitual;
- Analisar as ocorrências de variação que forem encontradas no corpus de pesquisa;
- Verificar as possíveis motivações para a variação;
- Contribuir socialmente para maior compreensão dos preceitos do DC por meio da análise linguística que propomos apresentar.

2. O DIREITO DO CONSUMIDOR

Nesta seção, apresentamos a especialidade tema de nossa investigação sob dois aspectos, primeiramente histórico, sublinhando momentos relevantes à formação do Direito do Consumidor (DC) e do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em nosso país. Em segundo lugar, destacamos alguns aspectos sob o ponto de vista técnico referentes à Lei 8.078/90 do DC.

De acordo com Moura e Bessa (2014), as transformações econômicas resultantes das revoluções industriais, bem como a Segunda Guerra Mundial são fatores que motivaram a criação do Código de Defesa do Consumidor, pois, esses eventos colaboraram para a transformação de um cenário de produção de bens de consumo que ocorria de forma manual para a produção em larga escala com a intensificação da industrialização.

Consoante a isso, Rios (1998) destaca que a defesa do consumidor surgiu em resposta aos conflitos resultantes de um vasto e assombroso desenvolvimento econômico e industrial ocorrido no século XIX. Conforme o autor, no Brasil, a defesa do consumidor desenvolveu-se concomitantemente ao desenvolvimento industrial.

Rios (1998) ainda ressalta que o *boom* econômico que o Brasil sofreu no início da década de 70, em que o país chegou a registrar índices de crescimento acima dos 10% ao ano, fez com que crescesse não somente a oferta de produtos e serviços, mas também, a facilidade de firmar contrato para os financiamentos ao consumo. Tais fatores desencadearam discussões que em 1973 levaram a câmara municipal de São Paulo a promover a *Semana do consumidor*. Naquela semana foram discutidos diversos fatores que contribuiriam para a formulação de uma legislação, entre eles, questões relacionadas à propaganda e padronização de produtos. Apesar do decréscimo do consumo a partir de 1974, alguns órgãos em defesa do consumidor surgiram naquela década, tais como: Conselho de Defesa do Consumidor - CONDECON, no Rio de Janeiro, a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor (ADOC), em Curitiba, a Associação de Proteção ao Consumidor (APC) em Porto Alegre. Moura e Bessa (2014) destacam também o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, atualmente, Fundação PROCON São Paulo.

Nos anos 80, o Brasil passou por um período conturbado não só politicamente, pelo momento de ruptura e de redemocratização do país, mas também economicamente, crise que, segundo Villa (2011), firmou-se como a pior década para o país, em sentido econômico, desde a Segunda Guerra Mundial; a forte recessão, acompanhada de altos índices inflacionários,

compunham o cenário do governo de José Sarney, em que a Constituição Federal de 1988 foi promulgada.

Em virtude da conjuntura política do país, o processo de redemocratização, a Constituição Federal de 1988 ficou conhecida como *Constituição Cidadã*, isso porque, segundo Lenza (2016), houve a tentativa de recuperar os ideais de cidadania e participação popular nas questões relativas ao país.

Nesse contexto, foi proposto o Código de Defesa do Consumidor (CDC). A Constituição Federal faz menção à defesa do consumidor em dois trechos distintos. O primeiro, nos “Direitos e garantias fundamentais” art. 5º, inciso XXXII “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;”. O segundo, encontra-se no Art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT) “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.”

Ademais, outro aspecto que merece ser ressaltado é que, conforme Nunes (2012) o direito à vida, à dignidade humana, o direito de informar, e a defesa do consumidor promovida pelo Estado são princípios constitucionais expressos em cláusulas pétreas da CF, ou seja, são direitos que não podem ser alterados ou excluídos.

A regulamentação das relações de consumo e a defesa do consumidor tornaram-se direitos individuais garantidos pela lei máxima do país, a Constituição Federal (CF), e surge do advento das grandes transformações econômicas.

Nos termos da determinação constitucional, a expedição do Código de Defesa do Consumidor responde a antiga exigência da economia de mercado, que se ressentia de instrumental adequado para contrabalançar os desequilíbrios existentes entre as grandes concentrações empresariais e os consumidores em geral, na aquisição e na fruição de bem e de serviços para satisfação de necessidades humanas primárias. (BITTAR, 1991, p. VII)

Na citação de Bittar (1991), entende-se que a importância da elaboração do CDC está relacionada à necessidade do mercado, em estabelecer normas que regulamentassem as relações de consumo, reequilibrando a diferença entre consumidor e fornecedor. Além disso, a lei consumerista³ está visivelmente associada ao cotidiano dos cidadãos a medida em que o consumo é um aspecto intrínseco à vida em sociedade, pois é por meio das relações de consumo que o homem atende às suas necessidades básicas.

³ A palavra *consumerista* não está dicionarizada, ela caracteriza a lei, lei consumerista. Foi possível encontrar *consumerismo* no VOLP (Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa).

A Sociedade de consumo, ao contrário do que se imagina, não trouxe apenas benefícios para os seus atores. Muito ao revés, em certos casos, a posição do consumidor, dentro desse modelo, piorou em vez de melhorar. Se antes fornecedor e consumidor encontravam-se em uma situação de relativo equilíbrio de poder de barganha (até porque se conheciam), agora é o fornecedor (fabricante, produtor, construtor, importador ou comerciante) que, inegavelmente, assume a posição de força na relação de consumo e que, por isso mesmo, “dita as regras”. E o Direito não pode ficar alheio a tal fenômeno. (GRINOVER et al., 2007, p. 6)

Na introdução do *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado* (2007), os juristas Ada Pellegrini Grinover e Antônio Herman Benjamin explicam a formação da comissão de elaboração do CDC da qual fizeram parte. Segundo esses autores, anterior à promulgação da CF de 1988 já se pensava e reunia a comissão de elaboração do CDC.

A equipe de especialistas que elaborou o CDC foi formada por cinco juristas sob a coordenação de Ada Pellegrini Grinover e José Geraldo Brito Filomeno; elaborado o primeiro anteprojeto, esse foi discutido e, segundo Grinover et al (2007), levado a diversas instâncias relacionadas à matéria. Em continuidade houve a reformulação do anteprojeto, que continuou a receber sugestões, especialmente, dos juristas do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor (CNDC).

O anteprojeto passou por todos os trâmites legislativos necessários e, de acordo com Grinover et al (2007), foi apresentado como projeto pelo então deputado Michel Temer. Apesar dos 42 vetos presidenciais, o CDC existe e pode ser considerado um avanço importante da justiça brasileira. Sua importância vai além disso, segundo Moura e Bessa (2014), o trabalho dos juristas que formularam o CDC resultou em uma lei avançada, que serve como exemplo para outros países.

Outro fator importante citado pelos autores supramencionados e que chama a atenção foi o processo democrático pelo qual o CDC foi desenvolvido. Apesar dos percalços, e altamente favorecido pelo momento histórico de nova Constituição, vários setores da sociedade foram ouvidos e considerados, tanto no âmbito das pessoas físicas quanto jurídicas, o que enriquecem a discussão, tornando-a mais plural e coerente aos objetivos que se pretendia alcançar com a lei, tal qual, a equidade nas relações de consumo.

Conforme Bittar (1991), o consumidor ganhou mais força e respaldo para garantir seus direitos contra práticas abusivas tanto no âmbito de órgãos de proteção da esfera privada quanto pública, seja de modo individual ou coletivo sob proteção do Ministério Público. Consideramos o CDC um documento importante que demarca os limites da licitude nas relações de consumo,

apontando direções para que o consumidor saiba por onde começar na busca por validar seus direitos.

2.1 Aspectos técnicos do Código de Defesa do Consumidor

Três pontos merecem destaque ao tratarmos do Direito do Consumidor (DC), o primeiro é que o CDC é uma lei multidisciplinar e única. O segundo aspecto é acerca de sua natureza principiológica e o terceiro fato é que um dos princípios basilares que dão razão a sua existência é o *princípio da vulnerabilidade*. O que esses aspectos significam para essa especialidade é o que pretendemos abordar nesta seção.

A *vulnerabilidade* do consumidor, fundamental ao CDC, se configura, segundo Tartuce e Neves (2014), em função da própria condição de destinatário final de produtos e serviços, como é o consumidor. Além de sua exposição excessiva a publicidade e da desigualdade entre consumidor e fornecedor. No tocante ao exposto:

É com os olhos postos nessa vulnerabilidade do consumidor que se funda a nova disciplina jurídica. Que enorme tarefa, quando se sabe que essa fragilidade é multifária, decorrendo ora da atuação dos monopólios e oligopólios, ora da carência de informação sobre qualidade, preço, crédito e outras características dos produtos e serviços. Não bastasse tal, o consumidor ainda é cercado por uma publicidade crescente, não estando, ademais tão organizado quanto os fornecedores. (EIKE VON HIPPEL, 1986, apud GRINOVER et al, 2007, p. 7)

O CDC é uma lei multidisciplinar, pois abrange conceitos de diversas áreas do Direito, conforme destacam Moura e Bessa (2014). No CDC há preceitos das áreas de Direito Civil, Administrativo, Penal, dentre outros. Além disso, segundo esses autores, para que se faça a defesa do consumidor, conhecimentos de outras ciências deverão ser acionados, tais como Medicina, Psicologia, Marketing etc.

A lei que rege os direitos do consumidor também é aplicada de maneira única, pois segundo Tartuce e Neves (2014), essa lei inaugura uma forma de lei na medida em que o CDC não é um sistema fechado, mas é aplicado a cada situação particular para que se possa realizar a defesa do consumidor de modo mais adequado, haja vista as inúmeras situações que podem surgir relacionadas às relações de consumo, cada um desses casos possui características próprias.

Como é notório, a lei 8.078/1990 adotou um sistema aberto de proteção, baseada em conceitos legais indeterminados e construções vagas, que possibilitam uma melhor adequação dos preceitos e às circunstâncias de cada caso concreto. (TARTUCE; NEVES, 2014, p. 38)

De acordo com Nunes (2012), a lei é principiológica, pois é formulada com base em princípios constitucionais, e um desses princípios é o princípio da vulnerabilidade do consumidor perante o fornecedor. Em razão do maior poder econômico e técnico do fornecedor em relação ao consumidor, estabelece-se uma relação desigual, por isso, a lei consumerista visa amenizar essa diferença propiciando proteção ao vulnerável, nesse caso, o consumidor. Com isso, pretende-se também respeitar o princípio constitucional de igualdade, ou seja, que todos são iguais perante a lei.

Alguns dos princípios que regem a Constituição Federal (CF) são determinantes para a lei consumerista, como citamos o princípio de igualdade e equidade. Isso significa, de acordo com Nunes (2012), que para bem interpretar a lei do consumidor é necessário estudar os princípios, e compreender que o CDC prevalece em qualquer situação de consumo em face de outras leis infraconstitucionais, ou seja, leis que estão hierarquicamente abaixo da CF, como o Código Civil (CC), por exemplo.

Tartuce e Neves (2014) também ressaltam a importância de se estudar os princípios para que se compreenda de forma mais ampla o sistema jurídico como um todo. Ainda conforme esses autores, por meio dos princípios compreende-se melhor também a relação entre o CDC e o Código Civil (CC), de 2002. Esses dois códigos estão mais harmonizados em comparação ao CC de 1916, e visam equilibrar as relações de consumo e as relações civis, respectivamente.

Não se pode esquecer, ato contínuo, da importância do estudo dos princípios jurídicos, que são regramentos básicos aplicáveis a uma determinada categoria ou ramo do conhecimento. Os princípios são abstraídos das normas, dos costumes, da doutrina, da jurisprudência e de aspectos políticos, econômicos e sociais. (TARTUCE; NEVES, 2014, p. 40-41)

O CDC está totalmente relacionado à CF por sua origem, como citamos, que foi prevista pela CF de 1988 no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT). Nunes (2012) ressalta o fato de a defesa ao consumidor ser um direito constitucional, que se configura como cláusula pétrea da CF no art. 5º, inciso XXXII. Além desses dois fatores, com base em Nunes (2012), destacamos um terceiro aspecto que relaciona o CDC à CF que é o fato do código fazer valer, nas relações de consumo, princípios constitucionais, tais como, o princípio da dignidade

da pessoa humana, princípio da boa-fé, da equidade, a proteção à vida e direito à segurança e à informação.

Entendemos que os pressupostos apresentados nessa seção colaboram para a configuração da terminologia do DC em seu estado atual. Todos esses valores se atualizam por meio da língua em uso nessa especialidade. Isso posto, a próxima seção aborda as teorias da Terminologia que endossam nossa pesquisa que propõe investigar a variação terminológica na seara do DC.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção subdivide-se em outras subseções. Na primeira, 3.1 Breve percurso histórico da Terminologia, perpassamos pelas principais propostas teóricas da Terminologia. Inicialmente discorremos sobre as diferentes Escolas consideradas clássicas, em 3.1.1 sobre a Escola Russa, em 3.1.2 a Escola Checa e 3.1.3 a Escola Austríaca.

Em 3.2 seção intitulada Outros rumos para Terminologia a partir do século XX, abordaremos, de modo geral, as diferentes propostas teóricas que ganharam força a partir do final do século XX. Apesar de privilegiarmos a ordem cronológica nessa seção, tratamos da Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT) por último, pois, muito embora saibamos do fato de que a TCT é anterior a algumas das teorias que abordamos, nós a recuperamos em último lugar por ser uma das teorias principais que sustentam as discussões nesta dissertação.

Finalmente na seção 3.3, trataremos mais especificamente da variação terminológica em seus aspectos teóricos sob pontos de vista de estudiosos que dedicam-se ao tema, tanto com relação à variação denominativa quanto conceitual.

3.1 Breve percurso histórico da Terminologia

Com o intuito de fazer um breve retrospecto histórico da Terminologia, nesta seção retomamos alguns aspectos relevantes em sua constituição como disciplina a partir do fim do século XIX e séculos XX e XXI. Muito embora, de acordo com Barros (2004), seja sabido que muito antes disso já se pensava em terminologia e já era possível verificar os primeiros movimentos em torno dessa ciência. Mas, em função dos objetivos e recorte teórico desta pesquisa, compete-nos trazer à luz alguns fatos que, em nossa visão, contribuíram para a constituição da Terminologia como ciência.

Barros (2004) salienta que a terminologia é intrínseca à vida cotidiana justamente por fazer parte do processo de nomear, recurso tão essencial da linguagem, mas convém destacar que, entre a nomeação dos fenômenos a sua volta, um longo percurso foi percorrido para a Terminologia como disciplina autônoma que temos hoje.

O século XIX foi marcado por grandes transformações no cenário mundial, a título de exemplos, de ordem social, bélica, econômica e tecnológica. A Europa, por exemplo, participava dos desdobramentos da Primeira e da Segunda Revoluções Industriais. A primeira,

iniciada no século XVIII e, a segunda, com início no século XIX, estendendo-se até meados do século XX.

A criação de novas máquinas e instrumentos de trabalho, a possibilidade de expansão comercial e transporte, além das fronteiras de seu próprio país, através das ferrovias, bem como o avanço da ciência em diversas áreas foram fatores determinantes para as transformações que houve também no campo da linguagem, como a criação de novos termos e a preocupação com a linguagem que circundava os avanços científicos.

Pensou-se, então, a partir disso, que era preciso normalizar a linguagem científica. Acredita-se, de acordo com Ausubel (1962), que tal processo faça parte da necessidade de sistematização das informações como parte do processo de aprendizado, ou seja, ao entrar em contato com novas formas de conceituação do mundo, há tendência de organizar para dar conta dos novos conhecimentos. Para Ausubel (1962), essa organização dos conhecimentos é feita de modo hierárquico por meio de estruturas cognitivas.

Normalizar a linguagem em uso na ciência demonstrou a tentativa de tornar a comunicação nesse âmbito mais precisa e inequívoca para os que dela partilham, criando uma teoria terminológica que produzisse uma espécie de ambiente controlado para a linguagem.

Partimos desse propósito das escolas clássicas, isto é, da necessidade de normalização dos termos, para o desenrolar da Terminologia como disciplina autônoma da linguagem no início do século XX com as Escolas que se formaram em diferentes regiões e cooperaram de diferentes modos para o desenvolvimento da pesquisa terminológica. Essas vertentes, como mencionamos, são consideradas clássicas de Terminologia.

Em contrapartida à grande parte dos trabalhos de natureza terminológica que têm a Teoria Geral da Terminologia (TGT), de Wüster, como ponto de início para abordar as Escolas clássicas, nós iniciaremos pelas contribuições da Escola russa, depois abordaremos a vertente checoslovaca e, então, retomamos os pressupostos de Wüster com a Escola austríaca. Portanto, esta seção é subdividida em três partes de acordo com cada teoria abordada.

3.1.1 Escola Russa

A Terminologia desenvolvida na Rússia, nas primeiras décadas do século XX, contou com a participação dos estudiosos ligados ao cientista Dimitrii Lotte (BARROS, 2004). Esses cientistas se preocuparam com a investigação e com a criação de base teórico-metodológica para Terminologia.

De acordo com Barros (2004), estudiosos como Guy Rondeau atribuem à Escola Russa o pioneirismo da Terminologia como disciplina científica, pois, já na década de 30, apresentava conceitos metodológicos para pesquisa terminológica. Outro fator que nos chama atenção de acordo com a autora é que Lotte possuía uma visão mais abrangente que Wüster em relação ao tratamento das unidades terminológicas, pois reconhecia os termos como integrantes da língua.

Em Cabré et al (2001) encontramos um compilado de textos de autores russos que foram selecionados e traduzidos para o espanhol. Com base nesses textos, tecemos as considerações desta subseção que tem como propósito apresentar aspectos considerados chave na Terminologia produzida pelos estudiosos aliados a Dimitrii Lotte na Escola russa.

Dois dos autores contemplados por Cabré et al (2001) foram Klimovitskii e Korshunov (2001). Esses pesquisadores afirmam que, durante os primeiros períodos da antiga União Soviética, houve um salto nos estudos científicos, o que impulsionou o interesse em pesquisa terminológica de natureza mais exata e precisa a fim de auxiliar a formação dos especialistas, ou seja, julgava-se que a sistematização da terminologia solucionaria problemas comunicacionais entre os cientistas e técnicos de áreas diversas.

No prefácio da obra supracitada, Felber (2001) discute o fato de que o que impulsionou ainda mais os estudos terminológicos na Rússia foi a percepção da relevância da organização da linguagem científica para o desenvolvimento do país naquele momento. No prefácio de Felber da obra supracitada podemos afirmar que Lotte e Drezen “concluíram que a falta ou o uso indevido de termos, em todos os campos da atividade humana, eram a causa fundamental do lento desenvolvimento da ciência, tecnologia, economia, cultura e sociedade”⁴.

O Comitê de Terminologia Técnica da Academia de Ciências da URSS, segundo Klimovitskii e Korshunov (2001), fundado e liderado por Dimitrii Lotte (1889-1950) e Serguei Chapliguin (1869–1942), surgiu a partir da necessidade prática. Por meio dele foram, portanto, despendidos esforços para sistematizar e classificar os conceitos técnico-científicos, estabelecer sistemas terminológicos e princípios para a seleção de termos para elaboração de definições.

Ainda segundo Klimovitskii e Korshunov (2001), os estudiosos vinculados à Escola Russa, ao tratar de terminologia, consideravam os aspectos linguísticos e compreendiam os termos como parte da língua e, portanto, sujeitos às mesmas transformações. Estudiosos da mesma escola como Kulebakin e Klimovitskii (2001), por exemplo, também reconhecem a polissemia e sinonímia. No entanto, tais aspectos são considerados anomalias linguísticas

⁴ “[...] Señalaron que la falta o el uso indebido de términos, en todos los campos de la actividad humana, eran la causa fundamental del lento desarrollo en ciencia, tecnología, economía, cultura y sociedad.” (CABRÉ, 2001, p. 9)

inviabilizadoras da comunicação acurada entre os especialistas, desse modo, consideramos que a sistematicidade presente nos pressupostos russos se dá em virtude dos objetivos pretendidos com os estudos terminológicos e aos esforços de ordenação das terminologias.

Não obstante, o caráter normalizador que permeia sua teoria, para Klimovitskii e Korshunov (2001), Lotte está um passo à frente em relação às demais pesquisas simultâneas desenvolvidas em outras regiões da Europa, principalmente por reconhecer a sinonímia e a homonímia e dedicar-se a temas importantes que ainda geram discussão em Terminologia, como as expressões sintagmáticas, os acrônimos e as siglas.

Com base em Lotte (2001), é possível ainda afirmar que o autor considera a hipótese de generalização dos termos (a banalização do termo que passa a ser utilizado também em contexto geral). Esse mesmo autor assume o fato dos termos serem atuantes em um contexto, criticando a análise realizada de modo isolado. Além disso, reconhece a possibilidade de variação de significação ou denominação, aspectos importantes da Terminologia, que foram reconhecidos por esse autor no início do século XX e que ainda requerem atenção e novas pesquisas.

3.1.2 Escola Checoslovaca

A Teoria de Terminologia (TT) do estudioso Lubomir Drozd é considerada uma das mais importantes contribuições da Escola Checoslovaca. Segundo Cabré (1998), os pressupostos Checos têm suas bases fundamentadas na Escola linguística de Praga e na descrição estrutural e funcional de línguas especiais (terminologias) que são consideradas um ‘estilo especial’ (profissional) de uso da língua, assim como os estilos jornalístico ou literário. Para Cabré (1998), o interesse na padronização das línguas e terminologias provém do contexto geográfico multilíngue em que estão situados esses estudiosos que também tinham forte ligação com o instituto Checo de linguagem.

Gomes (1994) afirma que apesar de Drozd buscar desenvolver noções linguísticas para a Terminologia, a Teoria de Terminologia (TT), por ele desenvolvida, não teve influência direta dos linguistas, mas foi alicerçada sobre os pressupostos de Wüster e trataria de Terminologia com o ideal de que os resultados obtidos poderiam ser aplicados a várias outras línguas. “Para Drozd, o objeto da TT é a Língua com um Propósito Especial (LPE), ou seja, uma língua funcional, uma língua com uma função especial, uma sublíngua de uma dada língua nacional” (GOMES, 1994, p. 99). Verifica-se no pensamento de Drozd a noção wüsteriana de terminologia como conjunto de elementos extra-língua, independentes às línguas naturais.

Vamos além e inferimos que a concepção de língua especial remete ao que Dahlberg (1978) com a Teoria do Conceito postula ao atribuir à linguagem a função de expressão do pensamento e subdividir a língua em “linguagem natural” e “linguagem artificial ou formalizada” (DAHLBERG, 1978, p. 101). Segundo essa autora, a linguagem artificial ou formalizada seria criada para a comunicação das ciências e se são consideradas artificiais, logo, não fazem parte das línguas naturais e estão para representar os conceitos de modo direto e lógico.

Ainda em Gomes (1994), verificamos que Drozd considerava que a análise do conteúdo semântico dos termos só é possível dentro do sistema de conceitos, pois seu conteúdo se legitima em função de sua oposição em comparação aos outros elementos constituintes no sistema, assim como a noção de valor saussureana, ponto de vista semelhante ao wüsteriano. As unidades terminológicas na TT, conforme Gomes (1994, p. 102), “estão sempre presas duplamente: de um lado, são unidades de um dado sistema da língua; de outro, estão presas a um sistema de conceitos.” Sendo assim, ainda que a TT tenha preocupação com parâmetros linguísticos, a teoria está vinculada a outros objetivos que não são prioritariamente de ordem do funcionamento da língua, mas, sim, à sistematização das terminologias.

3.1.3 Escola Austríaca

A terceira vertente de destaque dos estudos terminológicos clássicos foram os princípios da Teoria Geral da Terminologia (TGT) que tiveram origem por meio da preocupação em sistematizar a terminologia empregada nas ciências. O engenheiro austríaco Eugene Wüster, com sua tese publicada em 1931, foi precursor de maior destaque da TGT, teve um papel relevante no desenvolvimento da Terminologia, especialmente por ter realizado trabalho minucioso com os termos na Engenharia, por conta disso, a TGT se tornou referência. Como bem pontua Cabré (1998, p. 5, tradução nossa) “Wüster apresentou argumentos para a sistematização dos métodos de pesquisa em terminologia, estabeleceu um número de princípios para trabalhar com termos e delimitou os pontos principais da metodologia para o processamento de dados terminológicos”⁵, ou seja, Wüster colaborou para a Terminologia por

⁵[...] “Wuster presented arguments for systematizing working methods in terminology, established a number of principles for working with terms and outlined the main points of a methodology for processing terminological data”. (CABRÉ, 1998, P. 5).

meio de princípios metodológicos para o trabalho e processamentos dos dados das terminologias, o que contribuiu para a definição do objeto de estudo científico, primeiro passo para autonomia de qualquer campo de estudo.

Cabré (1998) afirma que o dispendioso trabalho de Wüster em sua tese de doutorado, cujo objeto fora a terminologia da Engenharia Elétrica, rendeu-lhe *status* de fundador da Terminologia por outros estudiosos, mas que, como as outras duas Escolas a Checa e a Russa e seus fundadores, Wüster tivera como objetivo a padronização da linguagem. “Ele estava interessado inicialmente em métodos de compilação e padronização de termos, e uma vez que esses métodos foram aplicados em *The machine tool* (1968), Wüster concentrou-se em aspectos relativos à teoria dos termos”⁶ (CABRÉ, 1998, p. 7). As considerações de Cabré advertem-nos quanto à natureza prescritiva e normativa que orientam todas as noções da TGT, haja vista sua finalidade de organização das consideradas línguas de especialidade.

A despeito do caráter padronizador, o trabalho desenvolvido por Wüster chamou atenção para os problemas relativos às terminologias em um contexto sócio-histórico efervescente nos mais diversos ângulos, em que as transformações sofridas revelavam que medidas de normalização eram necessárias. Segundo Felber (1987, p. 25, tradução nossa):

Um aspecto muito importante da Teoria Geral da Terminologia é a normalização das noções e dos termos. Ao longo das duas décadas em que ocorreu a Segunda Guerra Mundial, Wüster reuniu esforços em torno da elaboração de princípios terminológicos para a ISO.⁷

Considerando o grande destaque da TGT de Wüster, no cenário de sua consolidação como disciplina independente e para as pesquisas em Terminologia, com base em Barros (2004) elencamos as principais características da TGT:

- Wüster apresenta uma abordagem filosófica para Terminologia, nesse sentido se difere de Lotte de Escola Russa que propõe um tratamento teórico-prático;
- Para a TGT, os termos são segmentos à parte dos outros elementos da língua como aponta “léxico geral, da gramática, do contexto e do discurso” (BARROS, 2004, p. 55);
- Os termos são significativos *per se* independentes de outros elementos;

⁶[...] “He was initially interested in methods of compilation and standardization of terms, and once they had been applied in *The Machine Tool* (1968), he concentrated on aspects of the theory of terms”. (CABRÉ, 1998, p. 7).

⁷[...]un aspect très important de la théorie générale de la terminologie est la normalisation des notions et des terms. Au cours des deux décennies qui survirent la seconde guerre mondiale, Wüster centra ses efforts sur l’elaboration de principes terminologiques par i’ISO (FELBER, 1987, p. 25).

- Por postular a independência dos termos, a teoria Wüsteriana não admite a homonímia, polissemia e sinonímia;
- Conteúdo e expressão são instâncias dissociáveis;
- A TGT fornece aparato metodológico para toda pesquisa terminológica.

O arcabouço teórico da TGT, como já mencionamos, tem como proposta os termos como elementos extra língua, uma língua a parte, e que, por isso, naturalmente não participam das mesmas influências das línguas naturais como a variação terminológica, por exemplo, justamente por pertencer a outro grupo particular, à língua da ciência ou às terminologias. Os conceitos da TGT apontam as divergências em relação aos estudos linguísticos, do que se considera acerca das unidades da língua e seus significados, tais dissonâncias são provenientes dos princípios lógico-conceituais nos quais as análises das Escolas clássicas estão pautadas.

Em estudo aprofundado dos princípios sobre os quais se assentam essas Escolas poderá nos mostrar que têm muito mais pontos em comum do que aparentam: Nelas, verifica-se que seu objeto são conceitos e termos, vistos numa perspectiva sistêmica. A abordagem metodológica é que pode variar, dependendo do que se entenda por cada um daqueles elementos, mas que estão presentes em qualquer das três Escolas. (GOMES, 1994, p. 99)

Isto é, salvo as diferenças entre as três Escolas que citamos, como uma abordagem filosófica ou prática, mais ou menos atenta às questões linguísticas, as três teorias se interseccionam nos objetivos e subordinação à lógica e à sistematização, especialmente, em função da conjuntura sócio-histórica em que se estabeleceram ainda assim, destacamos as inegáveis contribuições das teorias clássicas à Terminologia como ciência.

3.2 Outros rumos para Terminologia

Os estudos iniciais em Terminologia, como vimos, engendraram em sua estrutura aspectos teórico-metodológicos que definiram os contornos da Terminologia como disciplina. Esses pressupostos e teorias foram marcados pela tentativa de organizar a língua em uso no contexto técnico-científico de maneira lógica e sistêmica desconsiderando as condições naturais

das línguas, isto é, suas interferências e transformações. Apesar disso, esses mesmos estudos e suas lacunas suscitam investigações subsequentes cujo enfoque maior foram as questões da língua em contexto de uso especializado.

Nesse sentido, esta seção visa abordar algumas das correntes terminológicas que se fortaleceram a partir da década de 1990 e que são marcos importantes para a Terminologia, pois propõem novas perspectivas e pontos de observação determinantes que anteriormente eram desconsiderados ou colocados em segundo plano.

3.2.1 Socioterminologia

A Socioterminologia consolidou-se a partir dos anos de 1990 propondo refletir sob um ângulo diferente alguns dos preceitos da Teoria Geral da Terminologia (TGT), de Wüster. Gaudin (2005) localiza-nos no contexto de formação dessa disciplina. O autor afirma que a Socioterminologia se configura em dois contextos e duas perspectivas diferentes. A primeira, em Paris, com os discípulos de Louis Guilbert, entre eles, Yves Gambier. O segundo momento é em Quebec sob as pesquisas de Pierre Auger, Jean-Claude Boulanger e Jean-Claude Corbeil, por meio desses, o termo Socioterminologia popularizou-se.

No tocante ao escopo da Socioterminologia, Gaudin (2005) também tece considerações importantes. Segundo o autor, a disciplina tem como principal objeto de estudo a circulação social dos termos, nisso inclui-se o interesse pelos significados e pelas conceptualizações.

A importância atribuída ao termo em seu uso social e como esse circula considerando as condições e ambiente no qual se localiza é realmente um dos pontos fulcrais da Socioterminologia e merece destaque, pois contribui para a mudança de foco que houve na Terminologia, isto é, o enfoque passou do conceito para o termo.

Ela [Socioterminologia] possui uma dimensão sociocrítica, como toda semântica do discurso, à medida que relaciona a produção de sentido dos termos com as condições onde ocorre. A circulação dos termos é analisada pelo ângulo da diversidade de seu uso social, que engloba, ao mesmo tempo, o estudo das condições de circulação e de apropriação dos **termos que são considerados como signos linguísticos e não como etiqueta de conceitos**. (GAUDIN, 2005, p. 81, tradução e grifo nosso)⁸.

⁸ Elle possède une dimension sociocritique, comme toute sémantique du discours, dans la mesure où elle relie la production de sens des termes avec les conditions de leur apparition. La circulation des termes est envisagée sous l'angle de la diversité de leurs usages sociaux, ce qui englobe à la fois l'étude des conditions de circulation et d'appropriation des termes, envisagés comme des signes linguistiques, et non comme des étiquettes de concepts. (GAUDIN, 2005, p. 81)

Além da perspectiva diferente da TGT no tocante aos termos, haja vista a importante iniciativa que foi considerar efetivamente essas unidades como signos linguísticos, Barros (2004) ainda destaca que há na Socioterminologia a preocupação com a banalização dos termos, além do reconhecimento da variação bem como a sinonímia, homonímia e polissemia.

No Brasil, destacam-se as pesquisas em Socioterminologia de Enilde Faulstich a partir da década de 1990. Para Faulstich (1995), a Socioterminologia intersecciona variação terminológica e Etnografia, investigando como ocorre a variação terminológica na interação entre membros partícipes de um determinado grupo social.

3.2.2 Etnoterminologia

Esta vertente da Terminologia tem como objeto principal o discurso produzido no interior das esferas culturais, por exemplo, a terminologia presente nas manifestações culturais variadas em um país continental e etnicamente diversificado como o Brasil. Por ocupar-se de um objeto que, segundo Barbosa (2007), localiza-se nos limites rarefeitos entre vocábulo e termo e por poder assumir um ou outro papel a depender das funcionalidades do discurso, a autora denomina seu objeto de “vocábulo-termo” (BARBOSA, 2007, p. 433). A Etnoterminologia visa investigar as características “morfo-semântico-conceptuais” (BARBOSA, 2007, p. 433) dos vocábulos-termos. A Etnoterminologia

Estuda a norma relativa ao estatuto semântico, sintático e funcional do conjunto das unidades lexicais que caracterizam o universo dos discursos etno-literários, no âmbito da cultura brasileira. Essas unidades têm sememas muito especializados, construídos com semas específicos do universo de discurso em causa, provenientes das narrativas, cristalizados, tornando-se verdadeiros símbolos dos temas envolvidos. (BARBOSA, 2007, p. 434)

Ou seja, essa teoria preocupa-se ao mesmo tempo com as funções dos vocábulos-termos e a conceptualização desses pelos falantes, levando em consideração o ambiente em que esse termo está, isto é, em contexto “etno-literário” (BARBOSA, 2007).

3.2.3 Teoria Sociocognitiva da Terminologia

Com base na teoria de Lakoff (1987), sobretudo pela hipótese do Modelo Cognitivo Idealizado, a Teoria Sociocognitiva da Terminologia (TST), de Temmerman (2000), vale-se desses pressupostos para apoiar a própria concepção de termo e conceito. Esses conceitos são considerados entidades mentais prototípicas que estabelecem relações entre si e com outros domínios, a teoria investiga os termos a partir das relações cognitivas, evidentes por meio da metáfora, metonímia, que apontam outras maneiras de considerar a monosssemia e a polissemia.

3.2.4 Terminologia Cultural

Estabelecendo a cultura como ponto central dessa proposta teórica, Diki-Kidiri (2007), um dos pesquisadores mais proeminentes da Terminologia Cultural, afirma que essa vertente tem como objeto principal a “apropriação de novos conhecimentos que chegam a uma determinada sociedade”⁹ (DIKI-KIDIRI, 2007, p. 14, tradução nossa). Para esse autor, a Terminologia Cultural afasta-se do modelo proposto pela TGT justamente por focalizar a cultura, o que é considerado empecilho à univocidade e à exatidão referencial dos termos.

Como objetivos dessa vertente, ainda podemos destacar, conforme Diki-Kidiri (2000), que se pretende, por intermédio da Terminologia Cultural, contribuir para a corrente Sociocognitiva, acolhendo preceitos da Socioterminologia e da TCT. Além disso, busca-se desenvolver uma teoria terminológica que preserve e evidencie a diversidade cultural de diferentes povos.

Dentre os parâmetros base considerados pela Terminologia Cultural, ressaltamos os seguintes, conforme Diki-Kidiri (2007, p. 14-15), considera-se a pessoa humana, a comunidade, a historicidade, a cultura, a memória, a reconceptualização e a variação.

A preocupação com a cultura é o cerne dessa teoria, especialmente o comprometimento com as línguas africanas por meio de estudos terminológicos que abranjam os aspectos supramencionados, e dediquem atenção aos significados culturais manifestos nas terminologias.

⁹ “objectif principal l’appropriation de nouveaux savoirs et savoir-faire qui arrivent dans une société donnée.” (DIKI-KIDIRI, 2007, p. 14)

3.2.5 Terminologia textual

A Terminologia Textual propõe à Terminologia o tratamento dos termos a partir da observação das funções comunicacionais textuais. Para Hoffmann (2015), tal como a Linguística Textual, na Terminologia Textual analisa-se o texto especializado sob três aspectos: sintático, semântico e pragmático. Além disso, segundo o autor, verificam-se as semelhanças e as diferenças quanto ao uso da linguagem entre os gêneros textuais.

Essa teoria preocupa-se com as terminologias nos textos como unidades comunicacionais. Ciapuscio (1998) destaca a união de pressupostos da Linguística Textual à Terminologia, considerando os aspectos macro, microtextuais e discursivos.

3.2.6 Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT)

Visto as diferentes perspectivas que marcaram as investigações terminológicas a partir dos anos de 1990, nosso enfoque teórico neste momento, em função dos objetivos de nossa pesquisa, volta-se mais especificamente para a TCT.

A Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT) tem como responsáveis os estudiosos do grupo IULATERM da Universidade de Barcelona liderado pela professora Maria Teresa Cabré, autora de obras de referência da teoria, como *La Terminologia: representación y comunicación* publicada em 1999.

A TCT aponta novas perspectivas em comparação à tradição clássica prescritivo-normativa. Isso porque a vertente propõe discutir o papel do termo e sua natureza, considerando essas unidades como parte das línguas naturais. Visa, assim, repensar o modo de representar a organização do conhecimento nas ciências, antes considerado de forma hierárquica. Para a TCT, as estruturas conceituais organizam-se de modo multidisciplinar. Por esses aspectos, e por apresentar fundamentos epistemológicos e metodológicos que permitem ampliar o escopo das pesquisas em Terminologia, a TCT fundamenta inúmeras pesquisas nesta área. Vale ressaltar que, essa vertente tem como objetivo, a investigação linguística, propondo caminhos e abordagens mais próximas à realidade linguística.

A Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT) define a Terminologia (disciplina) como a ciência que se ocupa do estudo das unidades terminológicas (UTs). Essas são unidades pertencentes ao léxico da língua, mas seu valor terminológico se dá em função de estarem

localizadas em contexto técnico-científico (CABRÉ, 1999). Apesar de não ser a primeira teoria cujo olhar para a Terminologia seja interessado nas questões linguísticas, a TCT foi um marco nos estudos terminológicos por propor um modelo teórico diferenciado, mais abrangente, proporcionando aporte teórico às discussões desconsideradas pelo modelo clássico. Arrolamos, a partir de Cabré (1999), as principais características da TCT:

- O reconhecimento da interdisciplinaridade da Terminologia e sua interface com as ciências da linguagem;
- A multidisciplinaridade das unidades terminológicas;
- A poliedricidade dos termos decorrente da interdisciplinaridade da própria Terminologia;
- A dupla função dos termos, comunicativa e representativa;
- A diferença entre o valor descritivo e prescritivo do termo, determinado pelo contexto de uso;
- A *variação conceitual e denominativa* inerente ao discurso;
- A dependência linguística das unidades terminológicas, as quais não são unidades isoladas, mas devem ser analisadas sob um contexto semântico, sintático, morfológico e pragmático.

É possível destacar nas características que elencamos, conforme Cabré (1999), quatro principais eixos que diferenciam a TCT da TGT, de Wüster, entre eles:

- a sua poliedricidade (denominativa, cognitiva e funcional),
- b sua dupla função (representativa e comunicativa)
- c a definição de seus elementos operativos (concepção de linguagem como real ou ideal, e da comunicação como uma atividade *in vivo* / *in vitro*)
- d sua diversidade aplicada, determinada pelas características pragmáticas da comunicação. (CABRÉ, 1999, p. 129, tradução nossa).¹⁰

¹⁰ “[...] a) su poliedricidad (denominativa, cognitiva y funcional)
 b) su doble función (representativa y comunicativa)
 c) la definición de sus elementos operativos (concepción del lenguaje como real o ideal, y la comunicación como una actividad *in vivo* o *in vitro*)
 d) su diversidad aplicada, determinada por las características pragmáticas de la comunicación. (CABRÉ, 1999, p.129).

A TCT se diferencia da Teoria Clássica na medida em que possibilita a abertura para pesquisas em terminologia aproximando-se das teorias e correntes linguísticas mais atuais. Os pressupostos da TCT alinham-se às preocupações da linguística ao apresentar metodologia cujo enfoque principal é a unidade terminológica em si e seu funcionamento. Além disso, verificam-se também as relações que esses termos estabelecem em contexto vivo de uso da língua.

3.2.6.1 Conceitos metodológicos da TCT

Dentre os aspectos metodológicos da Teoria Comunicativa da Terminologia desenvolvidos por Cabré (1999), tendo em vista os objetivos desta pesquisa, destacaremos três princípios que consideramos pertinentes: a variação terminológica, o princípio da variação e o valor do termo.

A variação terminológica é a consideração da variação conceitual e denominativa, o que, segundo Cabré (1999), é resultado de uma teoria que considera a linguagem de modo amplo, logo, a variação seja em nível de conceito ou em nível denominativo ocorre também nas terminologias. Esse mesmo conceito de admissão da variação engloba outros dois pressupostos metodológicos apresentados por Cabré (1999), o da face denominativa e conceitual do termo, e a possibilidade de compatibilização dos termos em outros campos do saber, tanto na face denominativa, conceitual, ou essas duas faces concomitantemente.

Em Cabré (1999), verifica-se que com a TCT permitiu-se certa flexibilidade em relação ao aporte metodológico, isto é, apesar de apresentar uma proposta científica para o tratamento e descrição dos termos, a TCT enseja que os critérios metodológicos possam ser (re) adaptados a depender dos objetivos e possibilidades de cada pesquisa terminológica. Tais critérios diferem a partir das especificidades de cada terminologia pesquisada.

Para a TCT, segundo Cabré (1999), o termo não se constitui como unidade terminológica de maneira isolada, mas sim adquire valor especializado em função de seu uso dentro do discurso técnico-científico, o que justifica o foco da teoria no termo, e admite a pesquisa não somente no sentido onomasiológico do conceito para o termo, mas também no sentido semasiológico, do termo para o conceito. Essa concepção de valor determinado em contexto orienta outras noções semânticas que estão envolvidas na variação terminológica como significado e contexto.

3.3 NOÇÃO DE CONCEITO

Em função de abordarmos a variação terminológica, especialmente, a variação conceitual, julgamos pertinente discutir a noção de conceito em cada uma das teorias da Terminologia que dedicam-se ao assunto. Com isso, pretendemos apresentar uma visão geral sobre o que é um conceito e também para que possamos verificar como essa noção tão importante se modificou sob influência das diferentes linhas de pesquisa.

Conceito é, por si, caracterizado como um tema complexo e rende discussões em diferentes áreas de conhecimento, como História, Psicologia, Filosofia e Linguística.

Ao selecionarmos subsídios que embasassem nossa discussão acerca de *conceito*, foi possível notar que, apesar do interesse pelo assunto, ainda há um número reduzido de pesquisas, no âmbito da Linguística, que se dediquem especificamente ao tema. Recorremos, então, à *Teoria do conceito*, desenvolvida por Dahlberg (1978). Essa teoria explora a noção de *conceito* e de definição.

Voltando-se para a organização das informações, a *Teoria do conceito* demonstra uma visão de língua mais restrita e sistemática. Ainda que posterior às teorias clássicas de Terminologia é possível identificar a correlação entre a visão de *conceito* apresentada por Dahlberg e a Terminologia clássica. Inferimos ainda que ambas perspectivas, tanto a *Teoria do conceito* quanto a Terminologia clássica, baseiam-se nos preceitos da lógica presentes em teorias como a de Irving Copi (1978) em *Introdução à Lógica*.

O primeiro sinal que revela a semelhança entre a Terminologia clássica e a *Teoria do conceito* está na concepção de língua natural e de terminologia, que segundo Dahlberg (1978, p.101) são denominadas como “línguas especiais ou línguas artificiais ou línguas formalizadas”. A autora faz uma divisão entre o que considera como linguagem natural e línguas especiais, essas seriam as terminologias, ou seja, para Dahlberg (1978) a língua em uso nas ciências são línguas exclusas do plano das línguas naturais, assim como previa a Teoria Geral da Terminologia (TGT).

Com relação a noção de *conceito*, Dahlberg (1978, p.102) entende que se trata de uma “compilação de enunciados verdadeiros sobre determinado objeto, fixada por um signo linguístico.” Para a autora, as características ou, como ela denomina, “enunciados verdadeiros” formam o *conceito*, que por sua vez, é “fixado”, ou representado por um signo linguístico. Esse é outro aspecto que reporta à TGT, pois de acordo com Gomes (1994), Wüster considera que

os termos representam estritamente os *conceitos* que, por sua vez, recebem definições e são elas que designam qual o lugar que os termos ocupam no sistema de *conceitos*.

Os *conceitos* se subdividem, de acordo com Dahlberg (1978), em gerais e individuais, isto é, seguindo o exemplo da autora um *conceito* geral seria, por exemplo, planta e um *conceito* específico, rosa. Assim, cada um desses *conceitos* recebe um conjunto de enunciados que os identificam, esses enunciados também são classificados de acordo com sua natureza, ou seja, mais gerais, ou mais específicos. Cada sentença representa um elemento relacionado ao *conceito*, esses elementos são denominados como características do *conceito*.

Para Dahlberg (1978), nem sempre há enunciados suficientes para a identificação do *conceito*, e isso, segundo a autora, gera imprecisão, o que para a língua cotidiana não caracteriza problema, mas ao se tratar das linguagens de especialidade, tal imprecisão pode ser nociva, por isso, na visão de Dahlberg (1978, p. 102, grifo nosso) “deve-se fazer todo esforço para que os *conceitos* sejam *definidos* com toda precisão”. Uma definição precisa também é um aspecto importante para a TGT, pois vai ao encontro de um dos princípios dessa vertente que prevê a univocidade entre o conceito e a unidade linguística pela qual é representado, nesse caso, o termo.

Em oposição à noção estrita e precisa das definições e o papel de referência dos termos, retomamos Cabré et al (1998, p. 37, tradução nossa, grifo nosso) que reconhece o seguinte aspecto em relação ao *conceito* “A base sociocultural e linguística de uma comunidade é um fator que *influencia os conceitos*, assim como os canais comunicativos por onde circulam e se difundem”¹¹, ou seja, para Cabré et al (1998), os *conceitos* não são estanques, mas sofrem transformações pelo caráter dinâmico da língua em uso.

Ademais, sabemos que, de acordo com Cabré (1999), os termos não possuem um significado, mas adquirem um determinado valor em situações de uso em contexto especializado, isto é, para analisar o valor semântico de um termo é necessário que se avalie toda circunstância na qual o termo se encontra.

Cabré (1998) ainda destaca que a estrutura conceitual também não é uma construção rígida, logicamente ordenada, ao invés disso, dá-se lugar a estruturas que comportam a interdisciplinaridade das terminologias e o intercâmbio entre as diferentes especialidades.

Em nossa concepção, as estruturas conceituais logicamente organizadas não são suficientemente demonstrativas da realidade linguística e insuficientes para representar as

¹¹“El trasfondo sociocultural y lingüístico de una comunidad como factor que influye en los conceptos, así como los canales comunicativos por donde circulan y se difunden”. (CABRÉ et al., 1998, p. 37)

relações que são constituídas pelas unidades lexicais em um determinado contexto de especialidade.

O Direito do Consumidor, nossa área objeto de análise, por suas características interdisciplinares, requer um estudo cuidadoso para que se possa elaborar de modo mais adequado a estrutura conceitual da área. Os termos desse âmbito advêm de outras áreas do Direito (Direito Civil, Constitucional etc.) como de outras áreas do conhecimento. Assim, um termo como *princípio de boa-fé*, por exemplo, pode ser encontrado em outras áreas jurídicas, tais como as supracitadas.

Quando abordamos o tema *conceito*, tratamos de unidades cognitivas de organização do pensamento. A partir dessa perspectiva, a noção de *conceito* na Linguística e na Terminologia passa a ser considerado de modo diferente. Isto é, com o desenvolvimento de novas teorias no campo da Terminologia, como a Socioterminologia, por exemplo, o enfoque mudou do *conceito* para o termo, as considerações acerca do *conceito* também sofreram modificações. Para demonstrar tal aspecto, reunimos em uma tabela considerações acerca do *conceito* organizadas de acordo com o autor e/ou a vertente à qual a citação se refere.

O quadro que apresentamos abaixo é uma adaptação de outra tabela apresentada por Rodríguez Barcia (2016). A autora utiliza essa mesma estrutura para apresentar noções de diferentes autores sobre dicionário. Portanto, adequamos a tabela de Rodríguez Barcia (2016) para apresentar as noções de *conceito*.

Quadro 1- Noções de conceito

Corrente teórica/Autor e Ano	Citação	Ideia fundamental
TEORIA DO CONCEITO Dahlberg (1978, p. 102)	“Compilação de enunciados verdadeiros sobre determinado objeto, fixada por um signo linguístico.”	Para essa autora, um feixe de proposições acerca de algo ou assunto formulam os conceitos, esses, por sua vez, são representados pelo signo ou termos.
TGT Gomes (1994, p.98)	“[...] são representações formais de objetos que se relacionam entre si no mundo e tais relações terminam por deixar evidente a estrutura do conhecimento da respectiva comunidade de falantes [...] o que se estabelece é o conteúdo de cada conceito, expresso na definição e não no significado do termo.”	Parte do conceitual expressos por meio das definições.

TGT Maciel (2001, p.42)	“Constructo mental, elaborado a partir da síntese das características de fenômenos do mundo real ou imaginário, empiricamente apreendidos, devidamente despojados de marcas individualizantes. O conceito é, então, identificado por um símbolo, o signo linguístico, e posicionado, de acordo com os traços temáticos que carrega, na estrutura de conhecimento da área especializada, a árvore de domínio.”	Ideia de conceito atrelado a um símbolo, que ocupa um lugar fixo em uma estrutura conceitual.
TCT Cabré (1999, p.138, tradução nossa)	“Para a TCT os conceitos usados em um campo especializado mantêm relações diversas entre si, de forma que o conjunto que formam constitui uma das representações do campo em questão.” ¹²	Foco no termo, não apenas no conceito, nessa perspectiva, segundo Cabré (1999), o conceito constitui uma das faces do termo.
TST Temmerman (2000, p.73, tradução nossa)	“O primeiro ponto é que a Terminologia deve considerar os conceitos como ‘unidades de conhecimento’ ao invés de unidades que precisam ser definidas.” ¹³	Reconhecimento do termo como unidade mental complexa.
TERMINOLOGIA E COGNIÇÃO Fernández, Freixa e Cabré (2008, p.6)	“Os conceitos especializados são elementos do pensamento que surgem em contexto cultural, socioprofissional e temporal concreto.”	Noção de conceito a partir da união entre os estudos desenvolvidos pela Semântica Cognitiva e Terminologia.
TERMINOLOGIA CULTURAL Diki-Kidiri (2007, p.15, tradução nossa)	“O conceito é a delimitação de uma noção por meio de uma definição. A percepção é um ponto de vista particular que permite a pessoa (indivíduo ou comunidade) integrar um dado conceito a seu modo de pensar.” ¹⁴	Formação do conceito a partir da percepção dos indivíduos dos fenômenos que os cercam.
ETNOTERMINOLOGIA Latorre (2013, p.80)	Conceito/conceptus corresponde, em sentido amplo, a um modelo ‘mental’ (RASTIER), dialeticamente articulado a um recorte cultural ou designatum.	Modelo mental.

Fonte: Elaboração própria com base na ideia de Rodríguez Barcia (2016)

Na interpretação da tabela acima, verificamos a mudança da perspectiva entre a Teoria do Conceito, a TGT e a partir da TCT. Na concepção da Teoria Geral da Terminologia o que

¹² “Para la TCT los conceptos usados en un campo especializado mantienen relaciones diversas entre sí, de forma que el conjunto que forman constituye una de las representaciones del campo en cuestión.” (CABRÉ, 1999, p. 138)

¹³ “Our first point is that Terminology might consider taking ‘units of understanding’ instead of concepts as items which need definitions.” (TEMMERMAN, 2000, p. 73)

¹⁴ “Le concept est la délimitation d’une notion au moyen d’une définition. Le percept est le point de vue particulier qui permet à une personne humaine dans son mode de pensée.” (DIKI-KIDIRI, 2007, p. 15)

prevalece é a noção de oposição e valor saussureana em que um elemento se identifica na medida em que se distingue de um outro localizado no sistema de conceitos. Segundo Gomes (1994), o foco da TGT é a noção de conceito pela univocidade da relação que se estabelece entre conceito-termo, ou seja, o termo representa o conceito de modo exato e direto.

Na medida em que surgiam a Socioterminologia e teorias como a TCT, mudou-se além dos objetivos que se pretendia alcançar com as pesquisas terminológicas, modificou-se também o enfoque de prescrição e normalização para descrição linguística, isso justifica o fato de que, na TCT, de Cabré (1999), não se define conceito de forma isolada, desconsiderando o termo. As denominadas “unidades terminológicas” são o principal objeto de estudo nessa teoria que visa também atentar-se à natureza do termo como unidade poliédrica (CABRÉ, 1999, p. 82).

Conforme Cabré (1999), a variação está relacionada justamente à poliedricidade do termo, pois as conceptualizações realizadas na língua podem ocorrer de maneiras diversas, a depender da situação e percepções do falante, e se o conceito é resultado de conceptualizações reveladas por uma das faces do termo, logo, as unidades terminológicas podem apresentar variação em detrimento das diferentes conceptualizações.

A partir da Teoria Sociocognitiva da Terminologia (TST), houve, conforme Fernández, Freixa e Cabré (2008), a aproximação entre os preceitos de teorias como a dos *Modelos Cognitivos Idealizados* de Lakoff (1987), entre outros estudos vinculados a Semântica Cognitiva (SC) (FAUCONNIER, 1984; FILLMORE, 1982). As produtivas contribuições da SC para a Terminologia trouxeram novas perspectivas acerca da organização do conhecimento e relação termo-conceito. Para a TST, os conceitos advêm das operações de categorização, são entidades mentais passíveis de transformações e relações com outros conceitos.

3.4 VARIAÇÃO TERMINOLÓGICA

Admitir que as unidades da língua podem apresentar variedade de nome e conceito foi um ponto frágil das teorias clássicas de Terminologia, especialmente porque a disciplina, a princípio, teve sua base fundamentada em conceitos alinhados à lógica com intuito de normatização da língua em uso no contexto técnico e científico. Apesar desse histórico, a Terminologia, a partir de métodos de pesquisa voltados para o uso da língua como prioridade, expandiu sua perspectiva e isso possibilitou a inclusão de temas como a variação no âmbito das discussões e investigações terminológicas. Esses pontos foram bem explicitados nas palavras de Fernández, Freixa e Cabré (2012, p. 194, tradução nossa)

Hoje a terminologia ampliou seu escopo e tem como objetivo a descrição da língua em uso nas especialidades em diferentes contextos comunicativos. Como resultado, a variação não é considerada um obstáculo, mas como uma característica essencial das terminologias e que deve ser devidamente descrita conforme sua aplicação no âmbito terminológico.¹⁵

Com isso, nesta seção nos propomos a abordar mais profundamente o tema variação terminológica, tendo como base teórica os pressupostos fundamentais da Terminologia que, a partir da década de 1990, têm a variação como parte de seu escopo de pesquisa.

Nesse sentido, uma das primeiras teorias que apontaram caminhos alternativos para a Terminologia em relação à variação e que representa um momento importante para a ciência, foi a Socioterminologia. Segundo Barros (2004), essa teoria diverge da noção Wüsteriana de univocidade do termo, pois considera a comunicação como prioridade, então, o uso social das terminologias está em foco e são esses usos que determinam o papel e conteúdo semântico dos termos. Além disso, a Socioterminologia passou a considerar a polissemia, a homonímia e a sinonímia e, conseqüentemente, a variação terminológica.

Adotando parâmetros desenvolvidos pela Socioterminologia francesa e quebequense, Faulstich (1995) reconfigura esses pressupostos, estabelecendo uma metodologia de análise alinhada a seu contexto de pesquisa. Em Faulstich (2006) é possível averiguar quais os princípios que foram estabelecidos para a Socioterminologia, em 1995, no bojo de sua linha de pesquisa *Léxico e Terminologia* da UnB (Universidade de Brasília). Os estudos de Faulstich ocupam papel de destaque e embasam inúmeras pesquisas em Terminologia, em especial, em variação terminológica denominativa.

Segundo Faulstich (2006), a Socioterminologia foi subdividida sob dois aspectos de interesse, o primeiro visa analisar como o termo circula na linguagem, o segundo, investiga como o termo se comporta à luz da linguística e como integrante da interação social, abrindo margem para a variação em decorrência da língua em uso no discurso. Entendemos, de acordo com a autora, que a principal preocupação da Socioterminologia é o termo em **uso** seja na forma oral ou escrita. Desse modo, torna-se inviável suprimir aspectos como polissemia, homonímia, sinonímia. Pelo viés da Socioterminologia faz-se o contrário, esses fenômenos tornam-se pontos de partida importantes para a descrição terminológica.

¹⁵Today terminology has widened up this scope and aims at the description of special language in different communicative contexts. As a result, variation is no longer considered an obstacle but an essential characteristic of special language that has to be properly described at adequately represented in terminological applications. (FERNÁNDEZ; FREIXA E CABRÉ, 2012, p. 194)

Entendemos, ainda de acordo com Faulstich (1995), que a Socioterminologia é uma teoria resultante da fusão de pressupostos de outras duas áreas, a Sociolinguística e a Etnografia. A primeira no sentido de diretrizes para o que se pretende investigar na Socioterminologia, ou seja, a língua em uso considerando, prioritariamente, fatores de contexto social, isto é, considera-se que a Sociolinguística possa orientar metodologicamente o que e como se analisa a variação e mudança linguística nos limites das terminologias. Em segundo lugar, os princípios da Etnografia são úteis em função da pesquisa socioterminológica ao envolver sujeitos e suas diferenças de uso da língua.

Como princípios metodológicos estabelecidos para a pesquisa socioterminológica, Faulstich (1995, p. 3-5) elenca os procedimentos que julga necessários para que se desenvolva pesquisa nos moldes da disciplina, citamos esses tópicos conforme a autora e os explicamos brevemente:

- Perfil do usuário: (traçar o perfil do usuário da terminologia que se pretende descrever com informações que influenciam no uso da língua, ex: contexto social, profissional etc.);
- Atitude descritiva: (tanto esse tópico quanto o mencionado acima, dizem respeito a verificar a terminologia já utilizada pelos usuários, em função de descrever, não prescrever as terminologias);
- Consulta ao especialista da área investigada: (trabalho em conjunto linguista e especialista para que o trabalho terminológico se desenvolva corretamente);
- Delimitação do corpus: (realizar os devidos recortes na área em que se pretende investigar, ex: Direito – Direito do Consumidor);
- Selecionar bibliografia: (tipos de discurso, oral/escrito, recolhido pelo linguista, ou arquivo pessoal dos sujeitos da pesquisa. Esse tópico também engloba os subsídios teóricos necessários ao terminólogo);
- Especificar as condições de produção e recepção do texto; (Verificar fatores relacionados ao texto que condicionam a variação, como finalidade do texto oral/escrito e público-alvo para o qual foi produzido);
- Considerar o funcionamento sintático e semântico dos termos: (identificar no contexto se o termo é uma unidade simples ou complexa, para tal análise, Faulstich considera adequados os parâmetros do funcionalismo);

- Registrar o termo e suas variantes: (Por meio de ficha terminológica, registra-se o termo e suas variantes observando as situações específicas em que os termos e essas variantes se encontram);
- Redigir repertórios terminológicos: (a redação vai depender do tipo de material terminográfico que se pretende obter, exemplo: dicionário, vocabulário, glossário etc).

Além disso, com enfoque em variação denominativa, como método de identificação e análise dessas variantes, Faulstich (2006) desenvolveu o que denomina de constructo, ou seja, tratam-se de esquemas equacionais que auxiliam na descrição dos termos com relação a variação. Nessa proposta, as variantes podem pertencer a três pólos diferentes: concorrentes, co-ocorrentes e competitivas, cada um dos tipos de variante é classificado em um desses três grupos. Segundo Faulstich (2006), no grupo de variantes concorrentes estão as variantes formais; no denominado co-ocorrente, os sinônimos, e no grupo de variantes competitivas, estariam os empréstimos.

O ponto de maior destaque da Socioterminologia, a nosso ver, está relacionado a necessidade de verificar o termo a partir de um uso do que Cabré (1999) denomina de terminologia *in vivo*, ou seja, a partir do termo encontrado no discurso técnico-científico e da consideração desses nos contextos sociais comunicativos, considera-se a variação

a pesquisa socioterminológica deverá considerar que os termos, no meio lingüístico e social, são entidades passíveis de variação e de mudança e que as comunicações entre membros da sociedade são capazes de gerar conceitos interacionais para um mesmo termo ou de gerar termos diferentes para um mesmo conceito (FAULSTICH, 2006, p. 30).

Para a Socioterminologia, além de considerar a variação, classificando as variantes dos termos, Faulstich (2006, p. 29) atribui à disciplina o papel de sistematizar as variantes de acordo com o que ela denomina de planos “vertical, horizontal e temporal da língua”, isto é, o plano temporal refere-se às mudanças as quais a língua está sujeita no decorrer dos tempos; no plano horizontal a língua possuiu usos diversos à medida que é utilizada por grupos sociais diferentes, advindos de regiões geográficas também distintas; e, por último, o plano vertical refere-se ao uso individual, à estilística, que se adapta a depender da situação em que se encontra esse usuário da língua.

No modelo de análise socioterminológica elaborada por Faulstich, é por meio das classificações das variantes em coocorrente, concorrente e competitiva que os termos e suas variantes são descritas. Faulstich (2001) explica o que são essas variantes: a concorrente são as

variantes cujo uso ocorre de modo alternado, em outras palavras, quando uma está em contexto, a outra não está. A coocorrente são variantes que podem ocorrer em um mesmo contexto, contribuem para coesão lexical e são compatíveis semanticamente entre si. Faulstich (2001) ainda postula que as variantes competitivas revelam relações dos significados de termos de línguas diferentes, são os considerados empréstimos.

A Socioterminologia abriu caminhos para que mais tarde outra teoria cuja preocupação com a língua em uso pudesse se estabelecer e ampliar ainda mais o alcance da Terminologia. A Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT) tornou possível abranger mais temas referentes à língua em uso no contexto de especialidade em razão especialmente da metodologia.

Todo processo de comunicação comporta inerentemente variação, manifesta em formas alternativas de denominação de um mesmo conceito (sinonímia) ou em abertura significativa de uma mesma forma (polissemia). Este princípio é universal para as unidades terminológicas, se bem admite diferentes graus segundo as condições de cada tipo de situação comunicativa. (CABRÉ, 1999, p. 85, tradução nossa)¹⁶

No mesmo sentido de interesse pela variação terminológica, destacamos também as relevantes contribuições de Freixa (2002; 2006). Ainda que demonstre enfoque na variação denominativa, a autora tem se dedicado ao estudo do fenômeno da variação terminológica em si, considerando, ao mesmo tempo, a inter-relação entre a variação denominativa e conceitual.

Intensificaremos nossas considerações acerca de variação, com Freixa (2006). A autora discute as diversas motivações para a variação denominativa.

O primeiro fator que convém destacar, conforme Freixa (2006), está relacionado a “*self-variation*” e “*hetero-variation*” (FREIXA, 2006, p. 52). A primeira se dá quando um especialista expressa um conceito ou o denomina de formas diferentes, a segunda, acontece no momento em que diferentes especialistas, de um mesmo domínio, exprimem ideias de maneiras diferentes.

Freixa (2006) explica que ambas podem ocorrer por diferentes razões, um mesmo autor pode expressar-se de modo diferente a fim de evitar repetições ao desenvolver um texto, ou para sobrelevar determinada informação a depender das condições de produção de determinado texto; já no caso de hetero-variação, em que especialistas de uma determinada área podem

¹⁶ Todo proceso de comunicación comporta inerentemente variación, explicitada en formas alternativas de denominación del mismo significado (sinonimia) o en apertura significativa de una misma forma (polissemia). Este principio es universal para las unidades terminológicas, si bien admite diferentes grados según las condiciones de cada tipo de situación comunicativa. (CABRÉ, 1999, p. 85)

manifestar ideias semelhantes, mas de formas diferentes, a autora explica que pode ocorrer por motivações regionais, temporais, sociais e cognitivas, além de poder estar associados a eixos teóricos que influenciam o modo pelo qual esses especialistas se expressam.

Adentrando às motivações para variação, Freixa (2006) inicia destacando as “causas preliminares”. Para ilustrar como a autora demonstra essas causas, organizamos um esquema exposto na imagem abaixo:

Imagem 2- Esquema de causas preliminares de variação



Fonte: Elaboração própria com base em Freixa (2006)

Como pudemos observar no esquema, as causas preliminares para variação se subdividem em dois tópicos, a “redundância linguística” e “a arbitrariedade do signo” (FREIXA, 2006). Para Freixa (2006, p. 53), a redundância linguística tem sempre uma razão de ser, e revela “estratégias linguísticas e cognitivas”, o fato de se nomear o mesmo conceito de formas diferentes, segundo a autora, não é um fenômeno irrelevante e chama atenção para o fato que a Linguística e a Terminologia diferem entre si quanto ao tratamento da sinonímia.

No tocante à arbitrariedade do signo, Freixa afirma que por conta da admissão dessa arbitrariedade se pode negar a hipótese das coisas estarem atreladas a uma palavra de forma indissolúvel, o que segundo a autora, negaria a existência de variação (polissemia e sinonímia). Para a linguista, a ideia de não arbitrariedade do signo não exclui outras influências que incidem na variação. Quanto à possibilidade de termos motivados, fator que ocorre na língua e nas terminologias, Freixa (2006, p. 54) entende que essas unidades “acumulam significado” e, portanto, esses significados devem ser interpretados levando em conta uma determinada conjuntura.

Para abordarmos as causas da variação, também elaboramos um esquema das causas expostas por Freixa (2006, p. 52-68), em seguida, expomos o que a autora aborda sobre cada uma das causas:

Imagem 3 - Esquema das causas de variação



Fonte: Elaboração própria com base em Freixa (2006)

Causa dialetal – Segundo Freixa (2006, p. 55-56), refere-se a diferentes origens regionais dos falantes, essa causa subdivide-se em outros três aspectos, em “variação geográfica”, “variação cronológica” e “variação social”. A variação geográfica refere-se aos lugares, diferença de uso identificadas entre falantes de uma mesma língua, mas alocados em diferentes países. A variação cronológica pode ser averiguada ao longo do tempo, é motivada também por mudanças e ampliações epistemológicas das ciências, e por fim, a variação social que diz respeito às diferenças entre os especialistas, segundo a autora, essas diferenças podem ser mais aparentes entre especialistas e não especialistas, mas também é evidente entre especialistas que atuam em campos diferentes dentro de um mesmo domínio de conhecimento.

As **causas funcionais** são as que levam o falante a adaptar seu discurso de acordo com a situação, formulando-o conforme o conhecimento que se pressupõe sobre o interlocutor, Freixa com base em Cabré (1995) aponta que para a Teoria Comunicativa de Terminologia (TCT), as causas funcionais incluem alguns aspectos como o meio de expressão do discurso, se via oral ou escrito, o modo como o assunto é tratado, ou seja, de forma mais genérica ou específica, o propósito pelo qual está sendo proferido e o grau de formalidade. Ademais, as causas funcionais também englobam o nível de especialidade como fator determinante de variação denominativa, pois quanto menor o nível de especialidade, maior a probabilidade do

texto se aproximar do uso corrente da língua e, por isso, estar mais propenso à redundância, a menor precisão e a ambiguidade.

Causas discursivas, essas estão relacionadas à estilística e a recursos utilizados para evitar repetições, podem também ser resultantes da criatividade no uso da língua.

As causas interlinguísticas, segundo Freixa (2006), advém do contato entre línguas diferentes, cujas culturas têm maior proximidade por questão de prestígio ou facilidade na comunicação. Algumas vezes especialistas optam por termos em outra língua, no caso do Brasil, como podemos perceber, há uso recorrente de termos em língua inglesa, seja em forma de empréstimos ou decalque. Para a autora, o contato interlinguístico aumenta a probabilidade de variação, ou seja, estudiosos de contextos bilíngues partilham de termos em comum e se valem mais frequentemente de empréstimos, que por sua vez, se fixam mais facilmente que os termos criados na própria língua.

Por fim, as **causas cognitivas** essas subdividem-se em três: “imprecisão conceitual, distância ideológica e diferenças em conceptualização: Motivação, evocação e ponto de vista” (FREIXA, 2006, p. 64-65).

A imprecisão conceptual, segundo Freixa (2006), é uma das razões pelas quais há diferentes denominações para um mesmo conceito, pois se esses conceitos não estão bem delimitados, logo há margem para mais de um nome. Por outro lado, a imprecisão conceptual também pode ser causada pela renovação vocabular, de qualquer modo, para a autora, a imprecisão conceptual é um dos fatores que demonstra a interdependência entre a instabilidade denominativa e conceitual, pois novas formas nominais alteram o conceito e modificações de ordem conceitual dão margem a diferentes nomes.

A distância ideológica torna-se um dos fatores que propicia a variação, pois grupos distintos debruçados em torno dos mesmos conceitos podem motivar a tentativa de fixação de identidades e modos de pensamento por meio da denominação de conceitos de formas diferentes, distanciando-se, assim, de outros grupos cujo escopo de estudo seja semelhante.

Ainda em Freixa (2006), as diferenças em conceptualização: motivação, evocação e ponto de vista referem-se a como as diferentes percepções e categorizações da realidade interferem nas conceptualizações por parte dos falantes.

Os resultados das pesquisas sobre *ponto de vista*, outra motivação para a variação nas terminologias, Bouveret e Gaudin (1997) citados por Freixa (2006), indicam que especialistas acreditam que possuem referências em comuns entre si, mas formulam os conceitos de modo diferente, pois partem de pontos de vista distintos. Quanto à *motivação* a autora retoma Kocourek (1983) e relembra que para esse autor a *motivação* é causa determinante para a

variedade de nomes para as noções, e à *evocação* Freixa recorre à Lethuiller (1989) que entende *evocação* por um modo como o nome se aproxima de um conceito.

Analisamos que as causas de variação apontadas por Freixa (2006) possuem pontos em comum com a Socioterminologia, que também prioriza a variação denominativa, como por exemplo, as causas dialetais, causas funcionais e discursivas. Segundo a autora, essas causas apontadas em sua pesquisa não esgotam as possibilidades de razões para ocorrência de variação, mas são um primeiro passo para que se possa analisá-las.

A partir desse ponto, aprofundamo-nos nas motivações cognitivas para a variação com base nos pressupostos apresentados por Fernández, Freixa e Cabré (2012). Desse modo, direcionamo-nos para o tratamento da variação por uma abordagem cognitiva.

Fernández, Freixa e Cabré (2012) detalham mais o processo de variação denominativa, que, de acordo com as autoras, subdivide-se em variação denominativa com e sem consequências cognitivas, apontando as motivações para o fenômeno como veremos adiante. Conforme essas pesquisadoras, pela inegável relação entre pensamento e linguagem, decidiram buscar na Linguística Cognitiva explicações e novas possibilidades para o tratamento da variação terminológica.

Segundo Fernández, Freixa e Cabré (2012), há a necessidade de se ter como base teorias mais flexíveis e que se aproximem mais da realidade linguística, de modo a auxiliar no reconhecimento do fato que um conceito pode ser representado por outras denominações à medida que conceitos são unidades cognitivas que estabelecem relações com outros conceitos e que as denominações, por sua vez, mudam conforme a maneira de conceptualização da realidade, podendo então focalizar uma das faces dos conceitos, por conta desses aspectos, buscou-se apoio na teoria dos protótipos proposta por Rosch (1978).

Essa teoria estabelece como protótipos de uma determinada categoria os elementos que reúnem o maior número de características que os identifiquem como tal, os outros participantes dessas categorias possuem características que a incluem nesses nichos, mas também podem acumular outras funções, então se afastam do protótipo, apesar de ainda pertencerem a referida categoria. Um exemplo que ilustra esse fato são substantivos deverbais, que são substantivos, mas acumulam outras funções próprias dos verbos e configuram outros comportamentos nas predicacões.

A teoria dos protótipos é essencial para explicar devidamente diversos fenômenos da língua e consideramos muito produtiva a aproximação desses preceitos com a Terminologia. A língua em contexto de especialidade pode ser descrita nos moldes das teorias mais recentes de descrição linguística, uma vez que a ideia de terminologias como elementos extra-língua já foi

superada por perspectivas que prezam pela análise da língua em uso nos contextos especializados.

Nesse sentido, Fernández, Freixa e Cabré (2012) apontam que ainda que as terminologias se desenvolvam em ambientes um pouco mais controlados, especialmente na relação conceito-termo, teorias como a dos protótipos auxiliam na compreensão de que, categorizações realizadas por especialistas são iguais às que são realizadas por não-especialistas. Conforme as autoras, compreender o conceito como um fenômeno flexível em constante transformação, multidimensionais possibilita também compreender melhor a variação denominativa.

Varição denominativa é o resultado de uma motivação múltipla que acontece no processo de nomeação. Ela surge quando há uma mudança na perspectiva ou quando um elemento do conteúdo do conceito adquire um status informativo em um contexto particular. Portanto, esse fenômeno da variação lexical em linguagem de especialidade adquire uma justificativa cognitiva e comunicativa e já não é vista como mecanismo estilístico para evitar repetições que se comporta arbitrariamente.¹⁷ (FERNÁNDEZ, FREIXA e CABRÉ, 2012, p. 200, tradução nossa)

A partir das concepções acerca do conceito e sua natureza por meio de investigações que trouxeram à Terminologia aparatos da Linguística Cognitiva, a variação tanto denominativa quanto conceitual assume um *status* diferente, não mais apenas uma estratégia estilística, mas um fenômeno que ocorre em função das mudanças de perspectivas e processos que ocorrem no âmbito conceitual.

Tendo essas considerações acerca do vínculo termo-conceito e variação denominativa, Fernández, Freixa e Cabré (2012) elencam três fatores que influenciam a variação denominativa. Para essas autoras, a variação reflete a organização das estruturas conceituais, que se estabelecem de modo multidimensional, ou seja, essas estruturas também não são rigidamente constituídas e estáticas, as variações refletem o que ocorre a nível intracategorial e intercategorial, isto é, a relação e a projeção estabelecidas dentro do conceito e entre conceitos diferentes.

¹⁷ Denominative variation is the result of a multiple motivation that takes place in the naming process. It arises when there is a change in perspective or when an element of the concept's content acquires a special informative status in a particular context, Therefore, this phenomenon of lexical variation in special language acquires a cognitive and communicative justification and is no longer seen as a stylistic mechanism for avoiding repetition that behaves arbitrarily. (FERNÁNDEZ, FREIXA e CABRÉ, 2012, p. 200).

Os três fatores de ordem cognitiva que envolvem variação denominativa com consequências cognitivas são segundo Fernández, Freixa e Cabré (2012, p. 201, tradução nossa, grifo do autor)¹⁸:

O **Campo subjetivo**, que determina a perspectiva;
 A **intenção**, que estabelece um ponto de vista particular;
 O **Modelo Cognitivo Idealizado (MCI)** dentro do qual o conceito é estruturado.

Brevemente, reportamo-nos ao que as autoras entendem por cada um dos fatores influenciadores das variações denominativas com consequências cognitivas, ou seja, as variações que, de algum modo, refletem alterações no conceito.

O *campo subjetivo* é, segundo as autoras, uma função fulcral da Terminologia porque é onde todo conhecimento especializado é organizado. A atividade de segmentação em áreas do conhecimento é de caráter hermenêutico, interpretativo, e que não se compõe de apenas um domínio, mas estabelece relações multidisciplinares. Mesmo os especialistas de uma área estabelecem relações com âmbitos diversificados e conceituam os mesmos elementos de maneiras diferentes a partir das relações intercategoriais que estabelecem.

A *intenção* para Fernández, Freixa e Cabré (2012) referem-se às mesmas motivações que impulsionam todo fazer humano também orientam os procedimentos em torno da ciência e da técnica. Além disso, a intenção de um falante interfere no modo pelo qual se transmitirá o conceito, as diferentes intenções que demonstram os diferentes prismas sobre um determinado conceito. O *Modelo Cognitivo Idealizado* de Lakoff (1987) consiste em um modelo no qual o conhecimento está ordenado, segundo Ferrari (2011, p. 50, grifo do autor),

[...] a semântica cognitiva lança mão de duas outras noções inter-relacionadas cujo objetivo é descrever estruturas cognitivas permanentes e estáveis, associadas ao armazenamento de conhecimento culturalmente compartilhado. Trata-se das noções de **Frame** e **Modelo Cognitivo Idealizado**.

Ou seja, o conhecimento se organiza por meio dessas estruturas e são essas que norteiam o modo como esses conceitos estarão lexicalizados por meio dos termos. Lakoff (1987, p. 68) define o Modelo Cognitivo Idealizado (MCI) como “um todo complexo e

¹⁸ The **subject field**, which determines the perspective;

The **intention**, which imposes a particular point of view;

The **Idealized Cognitive Model (ICM)** within which the concept is structured. (FERNÁNDEZ, FREIXA E CABRÉ, 2012, p.201, grifo do autor).

estruturado, uma gestalt”. Lakoff (1987) também ordenou quatro princípios para a formação dos MCIs: Estrutura proposicional, Estrutura imagética, Projeção Metafórica e Projeção Metonímica.

Quanto à noção de frame (FILLMORE, 1982), consideramos que, compreendê-la é relevante para a Terminologia, pois, segundo Ferrari (2011), a forma como o conhecimento está estruturado e armazenado na memória influencia no modo como os significados são constituídos. Nesse sentido, conforme Ferrari (2011), os frames são estruturas de conhecimento formadas a partir das experiências humanas, ou seja, são quadros mentais onde se organizam as informações acerca de um determinado aspecto do universo, desse modo:

a interpretação de uma determinada palavra, ou de um conjunto de palavras, requer acesso a estruturas de conhecimento que relacionam elementos e entidades associados a cenas da experiência humana, considerando-se as bases físicas e culturais dessa experiência. (FERRARI, 2011, p. 50)

Ferrari (2011) ainda coloca o seguinte exemplo acerca dos frames, por meio das seguintes sentenças a autora demonstra como elas dependem do acesso ao frame para serem interpretadas.

“(16) Maria **pagou** R\$ 30,00 pelo livro [...] (18) Aquela loja **cobra** R\$ 30,00 (pelo livro).” (FERRARI, 2011, p. 51, grifo nosso).

Para a autora, a interpretação das sentenças acima demanda acesso a um determinado *frame* denominado por ela como “evento comercial”. Nesse caso, para Ferrari (2011), a escolha alternada do uso dos verbos *pagar* ou *cobrar* colocará em destaque um ou outro ponto do *frame* ou revelará diferentes relações estabelecidas entre seus elementos. Essa escolha que o falante faz por um ou outro verbo e que determina a configuração do *frame* é chamada de “rota” (FERRARI, 2011, p. 51).

Desse ponto de vista, levantamos duas hipóteses para explicar a relação entre usos como os de *consumidor* e *freguês* ou *consumidor* e *cliente* ou *adquirente*. A primeira possibilidade é que esses termos pertençam ao mesmo *frame*, mas que tracem rotas diferentes, pois, ainda que ainda que os dois termos designem alguém que compra algo, não são a mesma coisa. A segunda hipótese seria que esses termos como *consumidor*, *freguês*, *cliente* não pertençam ao mesmo *frame* pelo motivo de que dos fatores de ordem cultural, que há entre esses termos, podem

interferir nas formas de uso a ponto das relações conceptuais estabelecidas não pertencerem ao mesmo *frame* ‘relações de consumo’. Mas dada complexidade do tema, deixaremos essas questões para serem mais aprofundadas em pesquisas futuras.

3.4.1 Variação conceitual

Na tentativa de compreender melhor o significado, conceito e contexto, a Linguística explorou diversas possibilidades não somente pelo campo da Semântica, mas também por outros vieses que, de algum modo, auxiliassem na compreensão desses fenômenos. Em face das diversas vertentes que abordamos e das várias perspectivas que admitem ou não a pluralidade dos significados, em Ullmann (1964, p. 11) vemos que Demócrito filósofo pré-socrático grego no século V a.C fez as seguintes considerações acerca do tema: “Demócrito viu com nitidez que há duas espécies diferentes de significado múltiplo: a mesma palavra pode ter mais de que um sentido e, inversamente, pode haver mais que uma palavra para exprimir a mesma ideia.” A afirmação de Demócrito é um bom ponto de partida para a discussão que pretendemos propor nesta seção, a variação terminológica de caráter conceitual.

Saindo apenas da Filosofia e trilhando os caminhos da Linguística, essa disciplina, em sua preocupação com o significado, negou e readmitiu a possibilidade expressa por Demócrito e explorou perspectivas que partem de uma concepção mais estrita entre significado e palavra. Desconsiderando a pluralidade da língua e sua dinamicidade de significados, caminhou-se gradativamente para compreender melhor como as palavras significam, ainda hoje há muito o que analisar em relação a esses fenômenos do significado e conceito que seguem em direção a cognição e as diversas formas de ampliação do significado como metáfora e metonímia, por exemplo.

Em face disso, partimos do seguinte questionamento: do que se ocupa a variação conceitual? Do conceito ou do significado? Essa pergunta poderia provocar diferentes respostas a depender da concepção que se tivesse de Terminologia, significado e conceito. Por meio da observação de Fernández, Freixa e Cabré (2008) entendemos que o conceito atua no plano cognitivo, pertence a esse domínio e que o significado atua no plano linguístico.

Poderíamos afirmar com base em teorias clássicas de Semântica estrutural, por exemplo, que seria improvável dar conta do que está situado no plano cognitivo, ou conceitual, por se tratar de algo de caráter abstrato. Essa vertente considera frágil propostas que tendem a pautar-se em processos mentais dos falantes (BLOOMFIELD, 1933). Nessa perspectiva não se

pode sustentar hipóteses com base nos processos mentais, pois seria tarefa impossível conhecer o que se passa na mente dos usuários da língua.

Hoje, é possível afirmar que não se dissocia fenômenos de ordem cognitiva e a linguagem, graças aos esforços de correntes como a Semântica e a Linguística Cognitiva, que visam analisar a língua considerando aspectos de organização do conhecimento, processos mentais e sensoriais, além da busca de compreensão em como as palavras significam.

Os pesquisadores que empreenderam trabalhos como a teoria dos espaços mentais de Fauconnier (1984), A semântica de Frames de Fillmore (1982), estudos sobre a metáfora em Lakoff e Johnson (1980) e o próprio Modelo Cognitivo Idealizado, como citamos na seção anterior de Lakoff (1987) tornaram-se base para que fossem alinhados os pressupostos da cognição à língua e à Terminologia. Por meio disso, foi possível caminhar em direção ao que antes se considerava pouco provável de ser investigado.

Contudo, julgamos que, de acordo com Fernández, Freixa e Cabré (2012), devido aos postulados da Linguística Cognitiva, em proximidade à Terminologia, tratar de variação conceitual torna-se mais tangível. Algo de suma importância haja vista a necessidade de teorias mais flexíveis que deem conta das transformações e da multiplicidade dos conceitos que estão diretamente relacionados ao processo de denominação. Consideramos que as vertentes cognitivas têm muito a contribuir, pois promovem a aproximação de fenômenos que a priori estavam no campo do desconhecido com relação à linguagem.

Como pudemos constatar na seção anterior sobre variação denominativa, os processos ocorrem concomitantemente, ou seja, são interdependentes, tanto o processo de variação denominativa, quanto conceitual. Há ainda, como verificamos em Fernández, Freixa e Cabré (2008), a possibilidade de variação denominativa com consequências conceituais, conforme já mencionados.

Por isso, desse panorama, torna-se impossível descrever apropriadamente um fenômeno desconsiderando outro. Além disso, sabemos que, conforme a Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT), os termos tomam forma a partir do momento que estão localizados em uma estrutura conceitual determinada, de um determinado campo de conhecimento (CABRÉ, 1999). Sabemos, portanto, que essas estruturas não são estáticas e estão em constante transformação, porque as unidades que as constituem são parte de um todo conceitual. Como pudemos perceber, de acordo com o que se considera por modelo cognitivo idealizado de Lakoff (1987) os termos, como parte de uma estrutura conceitual dinâmica, tomam para si tal característica, ou seja, estão sujeitos a modificações a depender das diferentes formas de

conceptualização. Tais transformações conceituais se manifestam nos termos por meio das variações conceituais e denominativas.

A variação conceitual aos poucos vêm sendo objeto de pesquisas que a tenham colocado como protagonista, alguns desses estudos merecem destaque pela profundidade na abordagem do tema, traçando pressupostos sobre temas considerados bastante complexos pela Linguística como polissemia, homonímia e sinonímia. Uma dessas pesquisas é a tese de Irina Kostina (2009). Em sua pesquisa, a autora por meio de três diferentes hipóteses (que apresentamos mais detalhadamente na seção 4. *Desenvolvimento da pesquisa: corpus, análise e resultados*) discute a variação conceitual e faz considerações importantes para o tema, partilhamos dos pressupostos de Kostina a respeito da variação conceitual.

A variação conceitual reflete linguisticamente na variação semântica, e esse fenômeno se conhece como “polissemia”. Os estudos sobre as mudanças semânticas no conteúdo das unidades léxicas em termos de variação léxico-semântica e em termos de polissemia se complementam e permitem ‘visualizar’ o fenômeno de variação conceitual como um *continuum* (monosemia, variação contextual, polissemia, homonímia semântica) organizado em forma de graus de equivalência entre os significados de uma, duas ou mais unidades linguísticas. (KOSTINA, 2009, p. 190, tradução nossa, grifo do autor)¹⁹

Assim, sendo a variação conceitual considerada um fenômeno cognitivo, ela se manifesta linguisticamente no conteúdo semântico dos termos, ou seja, no significado, além disso, autoras como Freixa (2002) e Kostina (2009) não distinguem estritamente a variação denominativa e sinonímia e variação conceitual e polissemia. Para as autoras, apresentar definições estritas desses fenômenos não faz parte de seu escopo de pesquisa, haja vista que esses são aspectos linguísticos complexos e impossíveis de serem apreendidos em sua totalidade.

Ademais, como já citamos, tanto variação conceitual, quanto denominativa estão inter-relacionadas, cabe-nos analisar os exemplos selecionados no corpus considerando a variação como resultante de processos cognitivos, que por sua vez, referem-se à organização do conhecimento. Devemos atentar-nos ao modo como a variação terminológica revela esses

¹⁹ La variación conceptual se refleja lingüísticamente en la variación semántica, y este fenómeno se conoce con el término de “polissemia”. Los estudios sobre los cambios semánticos en el contenido de las unidades léxicas en términos de variación léxico semántica y en términos de polissemia se complementan y permiten ‘visualizar’ el fenómeno de la variación conceptual como un *continuum* (monosemia, variación contextual, polissemia, homonimia semántica) organizado en forma de grados de equivalencia entre los significados de una, dos o más unidades lingüísticas. (KOSTINA, 2009, p. 190)

processos cognitivos por meio da língua, ao mesmo tempo que também influencia no modo como os conceitos se formam, numa relação interdependente que engloba aspectos cognitivos e culturais.

4. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA: CORPUS, ANÁLISE E RESULTADOS

A presente seção dedica-se à descrição dos procedimentos metodológicos que orientam o desenvolvimento desta pesquisa em cada uma de suas etapas constituintes. Por particularizarmos os estágios da investigação realizada, decidimos organizar esta seção em subtópicos a fim de evidenciar a ordenação e contiguidade de cada processo.

Na primeira subseção, **(4.1) Corpus da pesquisa**, elucidamos a coleta de textos que compõem o corpus justificando a escolha e descrevemos os textos que o compõe. No tópico **(4.2) Níveis de especialidade**, detalhamos os processos utilizados para identificação dos níveis de especialidade dos textos. Em **(4.3) Processamento do corpus**, abordamos questões relativas ao processamento do corpus por meio do software *Unitex*. Na seção **(4.4) Seleção dos termos**, a partir da obtenção das listas de frequência com o *Unitex*, das leituras e do estudo prévio da especialidade, selecionamos os termos mais representativos do Direito do Consumidor. Em **(4.5) Análise dos dados**, expomos os procedimentos pertinentes à análise dos dados coletados quanto à variação terminológica no âmbito do Direito do Consumidor.

4.1 O corpus da pesquisa

Os textos que selecionamos para o corpus da pesquisa foram:

- **As cartilhas:** Cartilha do Consumidor (DPDC, 1999) e Cartilha do Jovem Consumidor (ARAÚJO, 2006);
- **Os manuais especializados:** Curso de Direito do Consumidor (NUNES, 2012) e Manual de Direito do Consumidor (ALMEIDA, 2003);
- **A lei:** Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990).

A Cartilha do Consumidor é um material elaborado pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor DPDC, do Ministério da Justiça. Esse informativo é disponibilizado pelo site do governo do estado de Alagoas no espaço destinado ao PROCON (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor) e pode ser facilmente acessado a partir da aba *legislação*

localizado no site²⁰, no qual é possível baixar o material em formato PDF. Essa mesma cartilha também está disponível no site da prefeitura do município de Santa Rosa de Viterbo – SP.

Além desses dois portais oficiais, a Cartilha do Consumidor supracitada pode ser facilmente encontrada em outros sites localizados através das plataformas de busca on-line. A Cartilha do Consumidor do DPDC foi proposta em 1999 e possui um tratamento linguístico informal, principalmente com relação à abordagem do leitor, utilizando o pronome *você*, referindo-se diretamente ao consulente. Nas premissas do material é possível encontrar definições de alguns termos considerados chave do Direito do Consumidor, como, consumidor, fornecedor, relação de consumo etc.

A Cartilha do Jovem Consumidor foi uma iniciativa da comissão de Defesa do Consumidor – PROCON – Assembleia do Estado do Ceará. Segundo o ex-deputado estadual, na época presidente da Câmara Legislativa do Ceará, Marcos Cals, a cartilha tem a finalidade de “informar e ajudar os consumidores a evitarem problemas diante das relações de consumo, ou resolvê-los de maneira rápida e eficaz” (ARAÚJO, 2006, p. 3). Ao redigir a apresentação da cartilha, o deputado destaca que essa é uma das iniciativas da comissão a fim de auxiliar os consumidores. Cals afirma que o material foi elaborado com linguagem acessível para que o consulente possa compreender e, assim, utilizar as informações obtidas para requerer seus direitos. O parlamentar ainda declara que o objetivo é incentivar a inclusão do conteúdo referente ao Direito do Consumidor no currículo Escolar nos diversos níveis: infantil, fundamental e médio²¹.

Tratando-se dos dois textos de nível intermediário de especialidade, selecionamos primeiro, o Curso de Direito do Consumidor, 7ª edição, de Nunes (2012)²². Esse é um manual extenso e detalhado, direcionando-se a acadêmicos e operadores de Direito de modo geral.

O segundo texto é o Manual de Direito do Consumidor (2003) de João Batista de Almeida²³. De acordo com o autor, o manual foi elaborado especialmente para graduandos, agentes técnicos de órgãos de defesa do consumidor e graduados que pretendem dar início às suas atividades profissionais no ramo jurídico.

²⁰ Site para eventual consulta: Procon Alagoas. Disponível em: <<http://www.procon.al.gov.br/legislacao>>. Acesso em: 02 out 2017.

²¹ Entramos em contato com o Procon Assembleia com a finalidade de informar-nos acerca dos esforços empenhados para a divulgação desse material no Estado do Ceará para o público endereçado da cartilha, mas não obtivemos resposta. Contatamos o Procon Assembleia por meio do link “contato” no site, o intuito era tomar conhecimento se o material foi, de fato, distribuído e/ou trabalhado em alguma escola da região.

²² Livre-Docente pela PUC-SP, ex-desembargador do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, publicou diversas obras referência, em diversos campos jurídicos, com destaque no Direito do Consumidor.

²³ O autor foi membro do Ministério Público Federal e subprocurador da Procuradoria Geral da República (PGR) e membro da segunda turma do STF (Superior Tribunal Federal).

A lei selecionada, considerada de maior nível de especialidade, o Código de Defesa do Consumidor, foi aprovada em 11 de setembro de 1990. A Lei 8.078 é o documento mais importante do país em defesa dos direitos do consumidor, regulamentando as relações de consumo. Apesar de tratar-se de uma lei, cuja classificação ocupa o maior nível de especialidade, o CDC é direcionado ao público em geral, tanto que como medida para difundir o seu conteúdo, a partir de 2010 por meio da Lei nº 12.291, todos os estabelecimentos comerciais passaram a ser obrigados a disponibilizar um exemplar do CDC para eventual consulta dos consumidores e fornecedores.

Como lei, o Código de Defesa do Consumidor possui formato e linguagem que caracterizam esse tipo de texto, por isso, é possível encontrar facilmente on-line, inúmeros materiais que visam facilitar a busca por informação concernente a essa lei, tornando-a mais palatável ao consumidor, por meio de cartilhas e manuais, direcionados a diferentes públicos.

Selecionamos dois dicionários com a finalidade de comparar as definições contidas nos textos do corpus àquelas contidas em um dicionário jurídico (SILVA, 2014) e àquelas oferecidas em um dicionário padrão de Língua Portuguesa (AULETE DIGITAL).

A célebre obra *Vocabulário Jurídico* de Silva (2014), teve sua primeira edição lançada em 1963, desde então, obteve mais de 30 edições. Para esta pesquisa, valemo-nos da 31ª edição lançada em 2014. O Vocabulário é uma obra volumosa oriunda da preocupação do autor e de seus colaboradores com a terminologia jurídica geral.

Na introdução da referida obra, Silva expõe que o objetivo a que o vocabulário se destina é compilar o máximo de termos jurídicos possível a fim de contribuir para minimizar os equívocos e dubiedades linguísticas que, segundo ele, são tão nocivas à ciência jurídica. Em meio ao ideal de precisão da língua e em conter equívocos, em sua árdua tarefa de elaborar um dicionário, denominado vocabulário, o jurista engendra reflexões acerca do que conhecemos como o fazer lexicográfico ou terminográfico. Destacamos a seguinte observação do autor:

Nossa preocupação foi, portanto, essa: procurar **esclarecimento, exatidão e definição para toda e qualquer expressão** ou locução que tenha ingresso nos textos legais, possuindo **acepção apropriada** que, desta forma, não se indique de interpretação exclusivamente de ordem gramatical. (SILVA, 2014, p.7, grifo nosso)

No decorrer do trabalho, o autor reconhece a grande dificuldade no desenvolvimento de obras dessa natureza, por isso, elenca alguns pontos que convém enfatizar. O jurista Silva

reconheceu que há unidades lexicais que, a priori, não façam parte do plano linguístico do Direito, podem passar a designar algum conceito jurídico caso sejam empregadas em determinado contexto. O autor exemplifica com a palavra *má*:

Má, por exemplo, não traduz, isoladamente, qualquer significação jurídica. Entanto, má-fé, má-índole, má-execução, mostram-se locuções, por ela compostas, que se integram na conceituação ou definição de sentido jurídico e fazem parte da linguagem técnica do Direito. (SILVA, 2014, p. 7).

Além disso, o autor relata a problemática em determinar se a obra elaborada seria um dicionário, um vocabulário ou glossário. Atribuímos tal questionamento à ausência de suporte teórico especializado em lexicografia, pois no âmbito dessa ciência, são estabelecidos parâmetros que auxiliam na identificação das propriedades de cada obra.

Outro aspecto apontado foi a inclusão de combinatórias. Silva também demonstrou preocupação com os sinônimos e com o critério de seleção das unidades que comporiam o Vocabulário, atentando-se para as unidades de uso mais recente e mais coloquiais, bem como as mais antigas, refletindo a respeito da incorporação desses termos na obra.

Compreende-se a preocupação com a compilação das informações contidas nas definições também é perceptível, tal fato destaca-se ainda pelo fato de que na década de 60, data da primeira publicação do Vocabulário, a noção de corpus e lexicografia não simetriza com as concepções atuais, tampouco para um não especialista em dicionários.

Com relação ao dicionário padrão, isto é, um dicionário que apresenta unidades léxicas gerais de uma determinada língua, o Aulete digital, segundo informações contidas no site, possui um amplo banco de dados constantemente atualizado, as plataformas on-line podem ter informações acrescidas com agilidade e dinamicidade incomparavelmente maior que suas versões impressas. Além disso, o dicionário Aulete digital pode ser facilmente acessado e de forma gratuita através do site.

4.2 Os níveis de especialidade

Como parte essencial da pesquisa, a seleção do corpus desta investigação teve como prioridade a realização de uma triagem de documentos que, de fato, contemplassem uma variedade significativa de textos, ou seja, cujo nível de especialidade divergisse entre maior e menor grau de acordo com o recorte realizado na área objeto: o Direito do Consumidor (DC).

Atentamo-nos para que os textos constituintes do corpus ocupassem lugares diversos no que denominamos como escala de nível de especialidade, contendo, assim, textos para especialistas, estudiosos de Direito, outros textos considerados de nível intermediário e os direcionados também a não especialistas.

Com relação à escala de especialidade, essa foi uma forma que encontramos de justificar e demonstrar a hipótese de que a literatura científica constitui-se em níveis, é possível inferir que os textos científicos se localizam em algum lugar na escala de nível de especialidade, ou seja, o texto pode ser categorizado como mais ou menos específico de acordo com o teor das informações neles contidos.

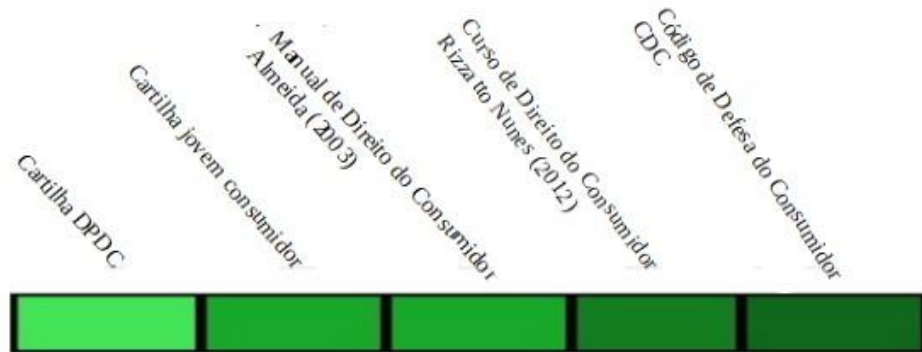
Muito embora não seja um fator problemático identificar o público de um texto específico – por exemplo, um manual de Direito, geralmente é direcionado a profissionais da área ou estudantes em formação – questionamo-nos a respeito de como pode ser medido o nível de especialidade de cada texto, o que o caracteriza como mais ou menos especializado.

Em face disso, elencamos dois principais fatores analisados que corroboraram para identificação de um texto em um grau maior ou menor de especialidade, os fatores são o discursivo-textual e o linguístico. O fator discursivo-textual abrange três aspectos, (1) a relação das partes que integram o ato interacional, ou seja, levamos em conta *de quem é o texto* - especialista estudioso da área, não especialista; (2) *para quem* foi elaborado e o (3) o *porquê* de sua elaboração, em outras palavras, qual objetivo a ser alcançado com o texto em questão.

Identificar o gênero textual foi um aspecto importante relacionado ao *fator discursivo-textual*, isto é, verificar se tratava-se de artigo científico, manual acadêmico, texto instrucional, texto explicativo entre outros. O terceiro aspecto do fator discursivo-textual diz respeito ao suporte no qual o texto é veiculado, revista científica, livro, panfleto, página na internet etc.

Com relação ao *fator linguístico*, ao verificarmos os textos para composição do corpus, atentamo-nos para **como** a linguagem foi construída em cada um dos textos, os recursos estilísticos empregados, construções mais ou menos complexas e escolhas lexicais e, por fim, a proporção terminológica de cada texto, observada por meio da lista de frequência fornecida pelo *Unitex* e pela verificação do modo como esses termos apareceram nos textos. Em suma, os mecanismos que envolvem os *fatores discursivo-textual* e *linguístico* operam em conjunto e a partir da observação desses aspectos, entendemos que foi possível distinguir os textos em níveis de especialidade, ou seja, nível baixo, intermediário e alto, essa classificação, representamos graficamente na imagem 4 com a escala de nível de especialidade.

Imagem 4 - Escala de nível de especialidade:



Fonte: Elaboração própria

Entendemos que no menor nível de especialidade se encontram as cartilhas, no nível intermediário os manuais de Direito. Apesar da alta concentração terminológica, esses manuais possuem linguagem didática, por isso, caracterizam-se como nível intermediário, além disso, são elaborados por especialistas, para aprendizes.

O texto considerado de nível mais alto de especialidade foi o Código de Defesa do Consumidor (CDC), por se tratar de uma lei e ser exclusiva dessa especialidade, o CDC é a lei máxima que rege o Direito do Consumidor.

Após a verificação dos textos conforme os critérios que descrevemos acima, elaboramos um quadro que resume a condição de cada nível de especialidade, nós o dividimos em três colunas, nível maior, intermediário e menor, com isso, pretendemos apresentar, de modo geral, as características desses níveis de especialidade, quais textos fazem parte deles, por quem foram elaborados, qual seu gênero textual e suporte que se encontram, bem como a concentração de termos que verificamos com auxílio da lista de frequência gerada pelo *Unitex* e por meio da análise da forma de emprego desses termos nos textos.

Ainda no tocante a quantidade de termos, afirmamos no quadro que a concentração terminológica dos textos do nível intermediário, representado por (+/-), é maior em comparação ao texto de grau mais especializado (+), em contrapartida, entendemos que há menor precisão terminológica no nível intermediário e maior precisão no nível mais alto de especialidade. Isso se deu em razão do fato de, apesar dos manuais apresentarem uma quantidade maior de termos, muitos deles aparecem em decorrência do caráter didático desses manuais, surgem em função dos desdobramentos dos conceitos que são explorados nas explicações. Registramos, por exemplo, o termo *mercadoria*, nos manuais, mas no CDC não há nenhuma ocorrência, ou seja,

esse termo foi empregado em alguns contextos que se tratava de *produto*, em alternativa a esse termo. Em razão da linguagem característica do gênero textual lei e da necessidade de maior precisão conceitual que, a princípio, busca-se para esse tipo de texto, a unidade *mercadoria* não foi utilizada nenhuma vez no CDC para referir *produto*.

Quadro 2 – Resumo dos níveis de especialidade

(-) Especializado	(+/-) Especializado	(+) Especializado
<ul style="list-style-type: none"> • Menor concentração de termos; • Iniciativa do poder público em parceria com especialistas, ou elaborado por especialistas, mas com a finalidade de atingir/informar a população em geral, ou o público jovem. • Gênero textual: texto informativo; • Suporte: cartilha/Arquivo PDF em página on-line. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maior concentração de termos e conceitos, mas menor precisão; • Elaborado por especialistas para estudantes ou outros especialistas com explicações didáticas, exemplos e casos; • Gênero textual: Manual, curso; • Suporte: Livro 	<ul style="list-style-type: none"> • Menor concentração terminológica, mas maior precisão; • Elaborado por especialistas, para toda população, o CDC é a lei que rege os Direitos do Consumidor; • Gênero textual: Lei. • Suporte: página on-line/ Arquivo PDF.

Fonte: Elaboração própria

4.3 Etapas para a seleção dos termos de análise

Como critérios de seleção dos termos a serem analisados, elencamos os seguintes procedimentos utilizados:

Primeira etapa: leituras relativas à especialidade

Trata-se da consulta aos manuais, cartilhas e artigos científicos, a fim de identificar conceitos e conhecer o Direito do Consumidor em si e a organização epistemológica das produções dedicadas à área.

Segunda etapa: exame minucioso do CDC e recolha dos candidatos a termos

Em análise ao CDC, realizamos uma recolha e listagem dos potenciais candidatos a termo, a seleção dos candidatos a termo foi feita considerando a *análise conceitual*²⁴ e *Análise contextual*. A análise conceitual consiste em, conforme Boutin-Quesnel (1985, p. 26) “determinar as características de um conceito, de sua compreensão, de sua extensão e das relações que estabelece com outros conceitos.”²⁵

Segundo Barros (2007) o conteúdo semântico e conceitual de um termo somente pode ser verificado se levarmos em consideração em um determinado contexto, por isso, para tal tarefa, realizamos também a análise contextual, o que Boutin-Quesnel (1985, p. 26, tradução nossa) define como “delimitar o conteúdo nocional de um termo em contexto para identificação e análise dos elementos do conceito presentes nesse contexto”²⁶.

A análise conceitual realizada considerando o contexto no qual os termos são encontrados, torna-se possível por meio do que Barros (2007) denomina de *descritores*²⁷, ou seja, são elementos que descrevem os termos e que revelam características conceituais de um termo em um determinado contexto. Por meio dessas análises de conceito e de contexto, pudemos discriminar possíveis candidatos a termo do Direito do Consumidor.

Terceira etapa: processamento do corpus a fim de obter uma lista de frequência fornecida pelo software *Unitex*

Para que fosse possível reconhecer os termos mais representativos no Direito do Consumidor, contamos com o auxílio da lista de frequência gerada pelo software *Unitex*²⁸. Essa lista de frequência norteia a recolha de termos, pois levanta as unidades lexicais mais

²⁴ Termo utilizado por Barros (2007, p. 37)

²⁵ “Analyse notionnelle: Détermination des caractères d’une notion, de sa compréhension, de son extension et des relations qu’elle entretient avec d’autres notions.” (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 26)

²⁶ “Analyse contextuelle: Délimitation du contexte notionnel d’un terme en contexte par l’identification et l’analyse des caractères de la notion présents dans ce contexte.” (BOUTIN-QUESNEL, 1985, p. 26)

²⁷ Termo utilizado por Barros (2007, p. 38)

²⁸ O software pode ser instalado através do site: <<http://unitexgramlab.org/pt>>. Acesso em: 12 dez 2017.

recorrentes na fração que compõe o corpus da pesquisa, a partir disso, analisamos o que é mais representativo.

O *Unitex* é um software gratuito de processamento de corpus, o programa é capaz de fornecer uma lista de frequência de palavras em ordem decrescente extraídas de um determinado documento em formato arquivo de texto txt. Após a compilação dos textos do corpus, foi necessária a conversão dos arquivos em pdf para o formato compatível com o *Unitex*, ou seja, em (txt). Esse procedimento foi realizado por meio do site ‘Pdf to text’²⁹. Nessa página, online e gratuita, é possível fazer o upload de um arquivo para ser convertido para o formato desejado, nesse caso, pdf para txt. Após esse procedimento, é possível realizar o download do arquivo convertido.

Após a conversão, processamos cada um dos textos na ferramenta computadorizada para a contagem e obtenção das listas de termos mais frequentes em cada um desses textos. O programa permite salvar a lista de unidades lexicais, além de indicar a quantidade de ocorrências de determinada palavra no texto processado.

Processamos, separadamente, cada um dos textos que compõem o corpus, exceto os dicionários, desse modo, extraímos desses textos uma lista dos termos mais recorrentes, essa lista nos é fornecida em ordem decrescente, da unidade mais frequente do texto a menos frequente.

O software *Unitex* também possui outras funcionalidades, mas a que foi mais útil aos objetivos de nossa pesquisa é a listagem de frequência. Por meio desse recurso é possível verificar com muito mais precisão e agilidade quais são os termos mais recorrentes na parcela da literatura da área que compõe o corpus de nossa pesquisa e, assim, determinar quais são os candidatos a termos de acordo com o corpus processados. Reiteramos que, apenas os manuais, cartilhas e o CDC foram processados no software, o Vocabulário Jurídico não foi processado por se tratar de um texto cuja consulta aos termos se dá de modo pontual.

Quarta etapa: dados obtidos com auxílio de especialista

Após os procedimentos anteriores, contamos com o auxílio de um advogado que certificou-nos que os termos: *consumidor, fornecedor, publicidade, propaganda, princípios, enganoso, abusivo, hipossuficiente, vulnerabilidade e relação de consumo* são representativos

²⁹ Site disponível em: < <http://pdftotext.com/pt/>>. Acesso em: 12 dez 2017.

no âmbito do Direito do Consumidor. Partimos então, dessas unidades, para verificar as relações estabelecidas por elas e, assim, identificar outros termos.

Em primeira

avaliação, cotejando a lista de frequência e os termos apontados pelo especialista é possível verificar a possibilidade de haver outros termos também representativos que os elencados e, por isso, foram incluídos em análise.

Quinta etapa: Critérios de pertinência à pesquisa

Os termos fornecidos pelo especialista e a lista de frequência apontaram dados diferentes dos quais serão analisados, pois optamos pela análise dos seguintes termos: *Consumidor, fornecedor, produto, serviço, dano, vício e defeito*. Essa opção se justifica pelo fato de apesar de unidades como *vício e dano* terem sido apontados pelo especialista em Direito como problemáticos por estarem presentes também em outras áreas, entendemos que essa é a perspectiva de um operador de Direito frente a seu objeto, e o que pode ser considerado complexo no Direito, para a Terminologia são questões interessantes e pertinentes para se compreender o comportamento dos termos nessa especialidade.

Ainda que os termos que decidimos analisar não estejam entre os mais frequentes na listagem fornecida pelo *Unitex*, julgamos que termos menos recorrentes merecem atenção pela possibilidade de representarem conceitos importantes e de difícil compreensão pelos consumidores, além de poderem revelar dados importantes com relação a variação terminológica existente na área.

Portanto, para que pudéssemos cumprir nosso propósito de analisar a variação terminológica no âmbito do Direito do Consumidor, selecionamos os termos supracitados, por julgarmos que essas unidades adaptam-se melhor aos objetivos de pesquisa. Ao mesmo tempo, retomamos o Princípio de Adequação proposto por Cabré (1999) em que a autora afirma que os aspectos metodológicos não estão estritamente estruturados e são aplicados às pesquisas terminológicas, mas que sofrem modificações a fim de estarem devidamente adequados aos objetivos a serem atingidos por meio dessas investigações.

4.4 Análise dos dados

Nesta seção pretendemos apresentar sucintamente os procedimentos adotados para a realização das análises das UTs selecionadas. Para tanto, entendemos ser necessário frisar alguns pontos em relação aos limites da pesquisa. Primeiramente, destacamos que o enfoque desta pesquisa se dá nos limites da variação conceitual de nomes substantivos selecionados no âmbito do Direito do Consumidor e que a pesquisa se desenvolve no sentido semasiológico, ou seja, partimos dos termos para os conceitos no corpus. O enfoque em variação conceitual justifica-se em função da afirmação de Filomeno (2007, p. 28, grifo do autor apud GRINOVER, 2007) acerca do termo consumidor: “o conceito de consumidor adotado pelo Código foi exclusivamente de caráter *econômico*, ou seja, levando-se em consideração tão somente o personagem que no mercado de consumo adquire bens ou então contrata a prestação de serviços”. Ou seja, a partir disso é possível inferir que existem outras possibilidades de significados para esse termo tão representativo do DC.

Em razão do fato de analisarmos a variação conceitual no âmbito da Terminologia, destacamos que temos como base para a elaboração de nossa análise a pesquisa desenvolvida por Kostina (2009). A autora estabelece três modelos de análise de variação conceitual, cada um com suas respectivas hipóteses denominados por ela como *caso A, B e C*. Atemo-nos aos casos A e C para apresentar o que cada um deles se relaciona a nossa metodologia.

No caso A, Kostina (2009) realiza uma comparação entre o que denomina como “significados básicos” de termos, ou seja, definições recolhidas em dicionários padrão e as definições de substantivos deverbais sufixados em –ción (–ção) encontradas no corpus de duas áreas científicas diferentes, Genômica e Linguística. Sua hipótese era comprovar que o *mesmo termo* pode variar em relação a seu uso em duas *ciências diferentes*, ou seja, para isso sua pesquisa, neste caso, parte do termo para a definição, no sentido semasiológico.

Para o caso B, Kostina (2009) estabelece uma análise léxico-semântica da unidade *inversión* no contexto da genômica. Para isso a autora se baseia em três aspectos, o paradigmático, sintágmático e epidigmático³⁰.

No caso C, a autora identifica as estruturas definitórias dentro do corpus e as classifica como polissemias regulares ou irregulares e suas respectivas subclassificações, partindo de

³⁰ Segundo Kostina (2009), epidigmático nomenclatura elaborada por Shmelev (1973) em seus estudos acerca da multiplicidade semântica das palavras. Esse autor propõe que, além das relações sintagmáticas e paradigmáticas que as palavras mantêm, haveria uma terceira dimensão, que seria o eixo epidigmático, ou seja, as relações que as palavras estabelecem com as variações de seu próprio conteúdo semântico.

concepções de viés cognitivo. Apesar de reconhecermos a importância da perspectiva cognitiva, não nos dedicaremos a esse tipo de investigação nesta pesquisa. No caso C a autora parte dos conceitos para os termos, por isso, a pesquisa segue o sentido onomasiológico.

Nossa metodologia de análise, no entanto, baseia-se em partes das metodologias adotadas por Kostina (2009) nesses dois casos A e C, o caso B não atende ao que objetivamos nesta pesquisa. Partimos, portanto, do sentido semasiológico para verificar nossa hipótese de que os *termos* podem variar dentro da *mesma área*, considerando, principalmente, níveis de especialidade distintos e analisando as *sequências definitórias* encontradas no corpus a partir dos termos.

Para tanto, primeiramente, selecionamos os termos substantivos, conforme os critérios de seleção dos termos detalhados na seção anterior (4.3 *Etapas de seleção dos termos de análise p. 61*). Os termos são: *Consumidor, fornecedor, produto, serviço, dano, vício e defeito*, conforme já mencionamos.

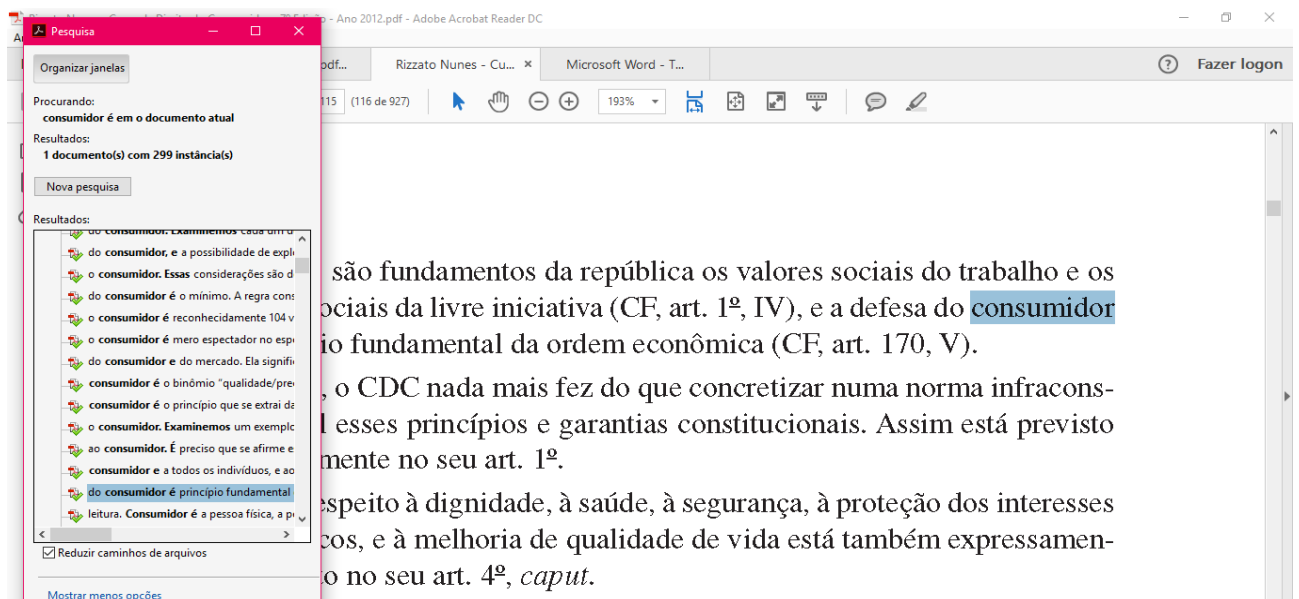
4.4.1 Buscas por definições

A partir da seleção dos termos, faremos a recolha das sequências definitórias nos textos do corpus. Para identificar tais sequências, nos valem do que Kostina (2009, p. 397, tradução nossa) denomina de “marcadores de predicação metalinguística”³¹. desses marcadores, selecionamos quatro, de acordo com Rodriguez (1999, apud KOSTINA, 2009, p. 397) “se define, significa, se considera como, designa”. Essas estruturas nos auxiliarão na identificação de definições para os termos no corpus. Além dessas expressões, acrescentamos o “é” como marcador predicativo.

A partir dos marcadores, voltamos para os textos do corpus para coletar as definições. Para isso utilizamos o software *Adobe DC*, a busca de expressões é possível por meio das funções “editar” → “pesquisa avançada” ou por meio do comando “shift+ctrl+F”. Com essa ferramenta é possível localizar todas as ocorrências individualmente dentro do texto e selecionando a ocorrência, o software apresenta o trecho específico diretamente na página onde se encontra cada um dos itens localizados (Ver imagem 5, p. 68). A mesma busca por concordâncias seria possível também através do *Unitex*, mas em razão da agilidade e hábito de trabalho, optamos pelo *Adobe*.

³¹ “marcadores de predicación metalinguística” (KOSTINA, 2009, p. 397)

Imagem 5 – Exemplo de busca de ocorrências pelo *Adobe*



Fonte: Nunes (2012, p. 115).

Vale ressaltar que a busca pelas definições foi feita em cada um dos textos do corpus individualmente. Feita a busca pelos marcadores de predicação, analisamos cada uma das ocorrências a fim de selecionarmos o que seria relevante com relação à definição dos termos analisados, como demonstramos na imagem acima. Podemos observar que em apenas um dos textos do corpus e um marcador predicativo, localizamos 299 ocorrências.

5. EXEMPLOS DE VARIAÇÃO TERMINOLÓGICA NO DOMÍNIO DO DIREITO DO CONSUMIDOR: Análise de uma amostra de ocorrências

Como expomos na seção: *Desenvolvimento Da Pesquisa: Corpus, Análise E Resultados (seção 4)*, buscamos por sequências definitórias no *corpus* que organizamos para a pesquisa o qual é formado pelos textos:

- i. Código de Defesa do Consumidor - CDC (BRASIL, 1990, Lei 8.078);
- ii. Curso de Direito do Consumidor (NUNES, 2012);
- iii. Manual de Direito do Consumidor (ALMEIDA, 2003);
- iv. Cartilha do consumidor (DPDC, 1999);
- v. Cartilha do Jovem Consumidor (ARAÚJO, 2006).

A primeira análise que ora apresentamos refere-se à unidade terminológica *consumidor*. Embora aparentemente de fácil compreensão, esse termo convive com determinada variação terminológica. Em 5.1., portanto, trataremos das definições de *consumidor* e *fornecedor* nos diferentes textos que compõem nosso *corpus* de análise. Na sequência, analisamos os demais termos, quais sejam, *Serviços* e *Produto*, *Vício*, *Defeito* e *Dano*.

5.1. Consumidor e Fornecedor

No Código de Defesa do Consumir, lei maior da área, em seu Art. 2º, o termo consumidor é definido como:

Art. 2º **Consumidor** é toda **pessoa física ou jurídica** que **adquire ou utiliza produto ou serviço** como **destinatário final**. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a **coletividade de pessoas**, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas **relações de consumo**. (BRASIL, 1990)

Como a principal lei da especialidade objeto deste estudo, o DC é basilar para as outras definições encontradas no *corpus*, por exemplo, Nunes (2012) apresenta a definição

de *consumidor* tanto quanto indivíduo, quanto um ser coletivo, ou seja, esse conceito abriga tanto o consumo de bens de produção (matéria-prima) ou bens de consumo (produto final) quanto serviços, nas palavras do autor:

[...] Consumidor é a **pessoa física, a pessoa natural** e também **a pessoa jurídica**. Quanto a esta última, como a norma não faz distinção, trata-se de toda e **qualquer pessoa jurídica**, quer seja uma **microempresa**, quer seja uma **multinacional, pessoa jurídica civil ou comercial, associação, fundação** etc. (NUNES, 2012, p. 121, grifo nosso)

Embora Nunes (2012) considere a definição do CDC satisfatória, o autor amplia a definição de *consumidor* em *pessoa física, natural e jurídica*, apesar dos dois primeiros conceitos estarem em consolidação na área do Direito. Com relação a *pessoa jurídica*, Nunes (2012) exemplifica seus possíveis tipos. Em contrapartida, Almeida (2003) apresenta a definição do CDC, mas aborda o aspecto econômico uma vez que esse nem sempre é aceito ou adotado por operadores de Direito por sofrer influências de concepções políticas, portanto, o autor baseia-se em Filomeno (1987), Bulgarelli (1983), Sidou (1977), Comparato (1988) e Benjamin (1988) para discutir a concepção econômica do termo, a começar pelo conceito econômico de *consumidor* para Filomeno (1987) considera *consumidor* todo o indivíduo que é *destinatário* independente de *adquirir* ou produzir um *bem*. Já Bulgarelli (1983) afirma que é todo aquele ao qual deve ser valorizado juridicamente com o objetivo de protegê-lo de possíveis danos sofridos em uma situação de *usar* e *consumir*. Sidou (1977) apresenta o mesmo ponto de vista dos anteriores e acrescenta a relação entre *consumidor* e a *prestação de serviço*, isto é,

[...] qualquer pessoa **natural ou jurídica**, que **contrata**, para sua **utilização, a aquisição de mercadoria** ou a **prestação de serviço**, independentemente do modo de manifestação de vontade; isto é, sem forma especial salvo quando a lei expressamente a exigir. (SIDOU, 1977 apud ALMEIDA, 2003, p. 36, grifo nosso)

Comparato (1988, apud ALMEIDA, 2003, p. 36) discorda de Filomeno restringindo o conceito econômico do termo *consumidor* apenas para aqueles que não possuem o controle sobre os bens de produção dependendo daqueles que os detêm. Por fim, Almeida (2003) expõe o que Benjamin (1988) afirma sobre o termo, o qual retoma aspectos abordados por Sidou como pessoa natural ou jurídica, a qual adquire ou utiliza *produtos, serviços* e acrescenta *bens* ou *informações*, os quais podem ser produzidos ou prestados por qualquer pessoa seja essa individual ou coletiva podendo subordinar-se a essa pessoa por vínculo doméstico ou protetivo.

A Cartilha do Consumidor (DPDC, 1999) por ser um mecanismo para facilitar o contato dos cidadãos com a leis consumeristas reproduz artigos do CDC comentando-os, por exemplo, o conceito de *consumidor*, o qual:

É qualquer pessoa que compra um produto ou que contrata um serviço, para satisfazer suas necessidades pessoais ou familiares. Também é considerado consumidor as vítimas de acidentes causados por produtos defeituosos, mesmo que não os tenha adquirido (art. 17, CDC), bem ainda as pessoas expostas às práticas abusivas previstas no Código do Consumidor, como, por exemplo, publicidade enganosa ou abusiva (art. 29, CDC). Qualquer produto que você consuma ou serviço que você contrate, desde a compra de uma balinha até o serviço de um amolador de tesouras, torna você um consumidor. (DPDC, 1999, p. 2, grifo nosso)

Podemos observar que essa cartilha, ainda que implicitamente, aborda os consulentes/consumidores em seu aspecto mais individual do que coletivo, uma vez que apresenta marcadores como o substantivo vítimas e o pronome pessoal você. Além disso, apresenta a motivação que conduz uma pessoa a tornar-se consumidor, a qual é a busca pela satisfação de suas necessidades sejam essas de caráter pessoal ou familiar. A cartilha ainda apresenta relações importantes entre os termos *consumidor* e *defeito*; e as unidades *consumidor* e *dano*, evidenciadas por meio da consideração das vítimas de acidentes como *consumidor* e da exposição desse à publicidade enganosa ou abusiva. Ademais, a cartilha traz exemplos de situações em que uma pessoa torna-se consumidora, consciente ou inconscientemente.

A Cartilha do Jovem Consumidor (ARAÚJO, 2006) segue uma formatação semelhante à da cartilha do DPDC porém, um pouco mais sintética e com algumas ilustrações. Por ser oriunda do CDC a partir de um caráter didático, a definição de *consumidor* para a Cartilha do Jovem Consumidor está em consonância com aquele, citando os artigos 17 e 19 do CDC a fim de embasar sua definição. Além disso, a cartilha enfatiza o *consumidor* como destinatário final que a fim de satisfazer suas necessidades, compra um produto ou contrata um serviço.

A partir da análise do termo *consumidor* apresentado pelo Vocabulário Jurídico de Silva (2014), podemos observar que, na abordagem do Direito Tributário, as pessoas que realizam comércio, as quais são, ao mesmo tempo, consumidoras e fornecedoras de um produto ou serviço, ou seja, são revendedoras ou utilizam produtos com a finalidade de prestação de serviços, são tuteladas parcialmente pela lei, ao mesmo tempo, o CDC prevê que, caso não seja possível identificar o fabricante ou importador de determinado produto, a responsabilidade legal recairá sobre o comerciante/revendedor. O Vocabulário Jurídico ainda ressalta que, consumir

um produto não é apenas gastá-lo ou destruí-lo, mas aproveitar sua utilidade independentemente do número de vezes.

O dicionário padrão *Aulete digital* chama atenção à medida que contempla uma definição próxima ao código de defesa, apesar de não especificar a especialidade jurídica, apenas econômica, que, conforme Almeida (2003), não é sempre adotada, ou aceita pelos operadores de Direito. Além disso, o dicionário apresenta *freguês, cliente, comprador, usuário* como sinônimos de *consumidor*. Compete-nos investigar mais profundamente as implicações desses usos pela vertente da variação denominativa.

Na sequência, discutiremos as definições do termo *fornecedor* a partir da definição do CDC (BRASIL, 1990, grifo nosso):

Art. 3º Fornecedor é **toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira**, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de **produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços**.

Assim como *consumidor*, *fornecedor* pode ser uma pessoa física ou jurídica, porém o CDC destaca a possibilidade de ser um ente público, privado, nacional, estrangeiro ou despersonalizado, sendo esse de várias espécies, como produtor, construtor, exportador etc.

Como pudemos observar, *fornecedor* é um termo genérico para referenciar o outro lado da relação de consumo, esse termo genérico é denominado gênero, por isso, em algumas definições encontramos afirmações como “fornecedor é gênero” (NUNES, 2012, p.322). Isso significa que esse termo amplamente engloba todas as outras subcategorias que se abrigam em *fornecedor* e que são denominadas espécies, como, por exemplo, *comerciante, fabricante, montador* etc. Essas espécies são utilizadas para designar situações específicas a depender do tipo do *produto* ou *serviço* prestado. O termo *fornecedor* poderá ser substituído por uma das respectivas *espécies*. Exemplo:

Do mesmo modo que uma **montadora** de automóveis reproduz um **automóvel** na série, centenas milhares de vezes ou que um **produtor** fabrica milhares de **canetas** iguais a partir de um modelo específico, um único contrato de adesão é elaborado pelo departamento jurídico do **fornecedor** e reproduzido centenas e milhares de vezes. (NUNES, 2012, p.684, grifo nosso)

No exemplo acima, podemos verificar que o autor refere-se primeiro à montadora de veículos e ao produtor de canetas (espécies) e, depois, os retoma utilizando termo genérico *fornecedor* (gênero). Essas definições específicas demonstram o modo como se pretende realizar a defesa do consumidor, pois em situação de vício, defeito ou dano, alguém terá de ser responsabilizado, ou seja, segundo Nunes (2012), ainda que o *fabricante, produtor, importador* de algum produto não seja identificado, quem comercializar o produto deverá ser responsabilizado. O autor ainda afirma:

A lei deveria ter dito “prestador do serviço”, uma vez que o vocábulo “fornecedor” é o gênero do qual “prestador” (do serviço) é espécie — como o são também fabricante, construtor, produtor, importador e comerciante. Nesse aspecto o legislador falhou, pois toda vez que se refere especificamente a serviço usa a palavra “fornecedor”, em vez do termo tecnicamente correto “prestador”. (NUNES, 2012, p. 292)

Em outras palavras, o autor quis dizer que o termo *prestador* deveria ser considerado gênero para a espécie *serviço*, ou seja, deveria haver uma separação para a designação daqueles que fornecem *produto* e *serviço*. Nesse sentido, haveria dois gêneros, *fornecedor* para aquele que oferece *produtos* e *prestador* para aqueles que ofertam *serviços*, o que ocorre de fato na lei é que o termo *prestador* é espécie do termo *fornecedor*, que é gênero, aliás, o único termo genérico usual para quem disponibiliza tanto *produto*, quanto *serviço*.

Para Nunes (2012, p. 468), "O fornecedor é o emissor da mensagem e o consumidor é seu receptor.", dessa forma, reforça a ideia exposta por Grinover (2007) de que o *consumidor* é vulnerável em relação ao *fornecedor* porque, entre outros aspectos, está exposto à publicidade que nem sempre visa o bem estar do consumidor, mas, sim, o consumo de produtos e serviços.

Diferente do conceito de *consumidor*, o qual pode ser visto como destinatário final, podemos observar que nem sempre o *fornecedor* ocupará um lugar fixo na relação *fornecedor-consumidor*, como está explícito no excerto a seguir:

Fornecedor é não apenas quem produz ou fabrica, industrial ou artesanalmente, em estabelecimentos industriais centralizados ou não, como também quem vende, ou seja, comercializa produtos nos milhares e milhões de pontos-de-venda espalhados por todo o território. Nesse ponto, portanto, a definição de fornecedor se distancia da definição de consumidor, pois enquanto este há de ser o destinatário final, tal exigência já não se verifica quanto ao fornecedor, que pode ser o fabricante originário, o intermediário ou o comerciante, bastando que

faça disso sua profissão ou atividade principal. (ALMEIDA, 2003, p. 40-41)

A *Cartilha do Consumidor* (DPDC, 1999) apresenta uma definição similar as apresentadas por Nunes (2012) e Almeida (2003), a qual é:

São pessoas, empresas públicas ou particulares, nacionais ou estrangeiras que oferecem produtos ou serviços para os consumidores. Estas pessoas ou empresas produzem, montam, criam, transformam, importam, exportam, distribuem ou vendem produtos ou serviços para os consumidores. (DPDC, 1999, p. 3)

Do mesmo modo, a *Cartilha do Jovem Consumidor* (ARAÚJO, 2006) segue a mesma linha da cartilha supracitada, porém, além da explicação, reproduz integralmente o artigo 3º do CDC. As duas cartilhas, tanto a do jovem consumidor, quanto a do DPDC, definem o termo *fornecedor* através de paráfrase da definição apresentada pelo CDC.

Os manuais, por sua vez, tendem a detalhar mais o conceito de *fornecedor* por meio de exemplos. Nunes (2012, p. 139) destaca o seguinte: “será fornecedora a pessoa física que presta serviços mesmo sem ser caracterizada como profissional liberal, tal como o electricista, o encanador.”. A definição de Nunes (2012) abrange como *fornecedor* a categoria de profissionais liberais, ou seja, entes que desenvolvem atividades de forma autônoma, por exemplo, encanadores e electricistas, dentistas, médicos, esteticistas. Isso significa que fornecedor abarca todos que “faça disso sua profissão ou atividade principal” (ALMEIDA, 2003, p. 41).

Além dos profissionais liberais, tanto Nunes (2012), quanto o CDC, ressaltam o conceito de “ente despersonalizado”, como sendo também fornecedor, tal termo, segundo Silva (2014, p. 826) é:

Os entes despersonalizados, também chamados órgãos despersonalizados, são, também, centros de interesse que, embora constituindo uma unidade jurídica de atividades e bens materiais, não são pessoas jurídicas, embora a ordem jurídica lhes conceda em determinadas situações a atuação como se pessoa jurídica fossem, para determinados aspectos, como por exemplo, a capacidade de estar em juízo ativa e passivamente, a legitimidade para contratar e, do ponto de vista administrativo, até mesmo o de se inscrever no CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica).

Podemos compreender a partir da explicação de Silva (2014), que entes despersonalizados são grupos de pessoas ou entidades que, mesmo desprovidos de personalidade jurídica, mas podem assumir tal papel em situações específicas e, portanto, serem responsabilizados ou indenizados. Considerando o conceito de ente despersonalizado, verifiquemos definição do dicionário *Aulete digital* para a unidade *fornecedor*:

(for.ne.ce.dor) [ô] a. **1.** Que fornece sm. **2.** Profissional, empresa ou instituição que fornece produtos, em geral regularmente, aos clientes: *fornecedor de bebidas: fornecedor de congelados* a. **3.** Que produz, que gera, que dá: *animal fornecedor de couro* sm. **4.** N.E. Dono de propriedade produtora de cana-de-açúcar que vende sua produção às usinas de açúcar [Pl.: -ores.] [F.: *fornece(r) + -dor.*]

Segundo esse dicionário, é considerado *fornecedor* o profissional ou empresa que oferece produtos a clientes ou dono de propriedade ou bens que fornece produtos a outrem. Essa definição não inclui aqueles que prestam serviços como sendo também *fornecedores*. Portanto, há no dicionário padrão uma definição mais genérica e pontual, pois abrange apenas um aspecto de *fornecedor*, na explanação jurídica apresentada pelos manuais, outras características são abordadas e especificadas, a fim de abarcar o máximo de fatores possível que caracterizem um ente como *fornecedor*.

5.1.1. *Consumidor e Fornecedor: os protagonistas da relação de consumo*

A partir da análise das definições encontradas em cada um dos textos do corpus, propomo-nos discutir os seguintes pares denominativos referentes ao termo *Consumidor*:

Consumidor/Freguês Consumidor/Cliente Consumidor/Paciente

Encontramos também as seguintes ocorrências: *contratante, adquirente, comprador e usuário*, as quais apresentaremos algumas ocorrências mais adiante. Apresentamos, então, os resultados obtidos com os três pares acima (*Consumidor/freguês/cliente/paciente*), em formato de quadro, discriminamos abaixo o número de frequência nos textos do corpus de:

Quadro 3- Quadro de frequência Freguês, Cliente e Paciente no corpus

TEXTOS	FREGUÊS	CLIENTE	PACIENTE
(NUNES, 2012)	1	60	16
(BRASIL, 1990, Lei. 8.078)	0	0	0
(ARAÚJO, 2006)	0	0	0
(ALMEIDA, 2003)	2	6	0
(DPDC, 1999)	0	1	2

Fonte: Elaboração própria

Iniciamos nossas considerações destacando duas definições importantes acerca dos termos *freguês* e *freguesia*. Silva (2014, p. 981) teve a preocupação em recuperar a etimologia desses termos o que nos auxilia a interpretar melhor as formas de uso que encontramos no corpus:

FREGUÊS. Derivado de *frequens* (frequente, habitual), na técnica do comércio assim se entende a pessoa que, habitualmente, compra num estabelecimento comercial o que lhe carece para sua alimentação ou vestuário, ou para suprimento do que lhe é preciso. O freguês é um *cliente* certo do comerciante.

No tocante ao que aponta Silva (2014) acerca da origem das unidades *freguês* e *freguesia* há uma discordância que detectamos no dicionário etimológico de língua portuguesa de Nascentes (1955), segundo esse autor, a unidade *freguês* tem origem na expressão latina *filiu ecclesiae*, não *frequens*. Nas palavras de Nascentes (1955, p. 226):

Esta palavra, que era sinônimo de *paroquiano*, como *freguesia* ainda hoje o é de *paróquia*, tomou depois a de indivíduo que compra habitualmente nos mesmos negociantes. [...] A série devia ter sido esta: *filiu ecclesiae* - **filiecclesiae* - **filigreje* - **feleguês* - **feegrês* – *freguês*.

Como citamos acima, Silva (2014) definiu a unidade léxica *freguesia*. Além disso, o autor apresenta a origem do termo, tal etimologia vai ao encontro do que Cunha (2007), outra referência etimológica de língua portuguesa, expõe, em outras palavras, segundo Cunha (2007) *freguesia* origina-se de *freguês* + IA e tem sua origem registrada por volta do século XIII.

FREGUESIA. A palavra vem de FREGUÊS+IA. No passado, o padre dirigia-se às pessoas dizendo *Fili(o) ecclesiae!* (Filho[s] da Igreja!) em latim vulgar hispânico. Esse vocativo foi se modificando, com o passar dos séculos, até transformar-se em freguês. Deste vocábulo criou-se freguesia. Tem as acepções: 1. Povoação sob aspecto eclesiástico 2. O conjunto dos paroquianos. 3. Concorrência de compradores a determinado estabelecimento ou vendedor; clientela. Assim, exprime o conjunto ou a totalidade de pessoas (fregueses) que, com frequência ou habitualmente, compram em um estabelecimento comercial ou se servem dos serviços de uma casa de comércio ou de uma oficina. Corresponde à *clientela*, esta mais propriamente empregada para indicar a freguesia dos médicos ou dos *professionais liberais*. No sentido em que é tido no Direito Comercial, a freguesia constitui um *fundo de comércio*, que pode ser *avaliado e defendido pelo comerciante*, pois que se apresenta como um direito inerente ao estabelecimento. (SILVA, 2014, p. 981)

Observa-se que o interessante das definições acima é que semanticamente, *freguês* ganhou o sentido de alguém que compra com certa regularidade em algum lugar, mas não somente isso, essa unidade também está relacionada a determinados tipos de estabelecimentos, a comércios mais populares, como alguns tipos de restaurantes, bares, padarias. Tal fato demonstra um uso culturalmente marcado de cada um desses termos.

Recuperamos também, a definição de *cliente* elaborada por Silva (2014), para o autor, *cliente* é alguém que está sob proteção de outrem, por isso, caracteriza uma forma de tratamento entre *advogado* e *cliente*, não *advogado* e *freguês*, por exemplo, vejamos então a definição:

CLIENTE. Na técnica jurídica, *cliente*, do latim *cliens*, é aplicado na mesma acepção em que o tinham os romanos: designava o *cidadão* que se punha sob a proteção de um *patrício romano*, a fim de que o mesmo zelasse pelos seus interesses. Recebia este, então, o título de *patrono*. [...] (SILVA, 2014, p. 465, grifo do autor)

O dicionário *Oxford Latin* (1968, p. 336, tradução nossa) registra que *cliente* advêm do latim *cliens* e traz como uma de suas acepções o seguinte:

Cliens [...]

1 Uma pessoa que se alia a outra de maior influência ou poder político (PATRONVS) a fim de obter proteção. [...]

2 (us. no pl.) Relação entre os cidadãos de uma cidade italiana ou outra cidade e os romanos (*patronus*) que tomavam conta de seus interesses em Roma.³²

É interessante analisar a definição de *cliens*, origem latina de cliente, que na primeira acepção dada pelo dicionário, trata-se de uma pessoa que está atrelada a outra e, por isso, obtêm proteção, nesse sentido, justifica-se a relação que se estabelece entre o advogado e seu *cliente*, não *freguês* ou *paciente*. Reforçando a ideia exposta, Nascentes (1955, p. 122) esclarece o seguinte: “CLIENTE – do lat. *cliente*, o que ouve, o que obedece.” Ainda em outras acepções do *Oxford Latin* (1968) encontramos referência a *cliens* como um dependente de um senhor, um vassalo.

É notável, como observamos no *quadro 3* (ver p. 76) que o maior número de ocorrências dos termos *freguês*, *cliente* e *paciente* foi nos manuais. As cartilhas registram apenas uma ocorrência de *cliente* e o CDC, nenhuma ocorrência. Ainda assim, esses dados demonstram informações relevantes que convém abordar. Por isso, destacamos as seguintes situações de uso localizadas:

- (1) o consumidor entra na loja para comprar o tênis “A” e o vendedor traz o tênis “B” sem dizer o preço; o *maitre* no **restaurante** “cria” (supostamente) um prato que não consta do cardápio e não diz quanto custa. Se o **freguês** pergunta, ele responde: “Não se preocupe”. (NUNES, 2012, p. 488, grifo nosso)
- (2) no caso do sigilo de fonte do jornalista, ela é necessária; na hipótese do **psicanalista** e seu **cliente**, ela é necessária e representa também a garantia do direito à intimidade; (NUNES, 2012, p. 99, grifo nosso)
- (3) O **médico, o advogado, o dentista, o enfermeiro**, etc. compõem uma espécie de profissionais liberais. Nas relações de consumo, ao contratarem com seus **clientes**, não se comprometem a um resultado. (NASCIMENTO apud ALMEIDA, 2003, p. 61, grifo nosso)
- (4) No campo específico das relações de consumo, oferta é toda proposta de fornecimento de produto ou serviço, mediante apresentação (p.ex., vitrina), informação [...]. Tem como finalidade alcançar o **consumidor** como provável **cliente**. (ALMEIDA, 2003, p. 81, grifo nosso)
- (5) I – favorecer ou preferir, sem justa causa, **comprador** ou **freguês**, ressalvados os sistemas de entrega ao consumo por intermédio de distribuidores ou revendedores. (BRASIL, Lei 8.137, de 27 de dez. de 1990, grifo nosso)³³

³² **Cliens** [...]

1 A Person who attached himself to one of greater influence or political power (*PATRONVS*) for protection, a client. [...]

2 (usu. in. pl.) The citizens of na Italiano or other city in their relationship to the Roman (*patronus*) who looked after their interests in Rome. (OXFORD LATIN, 1968, p. 336)

³³ Retomamos a lei, pois esse mesmo trecho é citado por Almeida (2003), por localizarmos a fonte, optamos por fazer referência, mas ressaltamos que, a priori, o trecho do inciso foi localizado no texto do corpus como citado.

- (6) [...] pode um hospital cujo **paciente** tenha sofrido dano beneficiar-se da prerrogativa da apuração da responsabilidade por verificação da culpa, alegando que o problema foi causado por médico, que, como profissional liberal, recebe os benefícios do § 4º do art. 14 do CDC? [...] Para o serviço fornecido pelo hospital e que tenha causado dano ao **consumidor** pouco importa que o defeito tenha sido provocado por médico[...] (NUNES, 2012, p. 211, grifo nosso)
- (7) **Pacientes** em tratamento de doenças de longa duração, como câncer, diabetes, AIDS, doenças renais, cardíacas e outras, também não devem pagar nada aos médicos e hospitais. (DPDC, 1999, p. 33, grifo nosso)
- (8) A operação de consumo deve encerrar-se no **consumidor**, que utiliza ou permite que seja utilizado o bem ou serviço adquirido, sem revenda. Ocorrida esta, **consumidor** será o **adquirente** da fase seguinte, já que o consumo não teve, até então, destinação final. (ALMEIDA, 2003, p. 38, grifo nosso)

Nos exemplos citados, é possível verificar alguns contextos nos quais são utilizados *freguês*, *cliente*, *paciente*, *comprador* ou *adquirente*. É possível constatar no corpus utilizado na pesquisa que esses usos se dão por quatro motivações principais. A primeira, cultural, tendo em vista o uso mais cristalizado de um termo em uma dada situação, como, por exemplo, *paciente* para consumidores de serviços médicos. Observamos tal motivação nos exemplos (1), (2) e (3).

Ainda que nos exemplos (2) e (3) os trechos demonstrem *cliente* para ilustrar situação de consumo de serviços advocatícios e médicos, temos o termo *paciente* que verificamos sua utilização em lugar de consumidor como indicam os exemplos (6) e (7). O termo *paciente* foi localizado em apenas dois textos do *corpus*. Esses textos abordam situações práticas de consumo e, por isso, empregam, em lugar de *consumidor* termos culturalmente mais consolidados para referência dos sujeitos participantes das situações de consumo apresentadas. Ou seja, as diferenças de emprego dos termos constatadas revelam usos culturalmente cristalizados em situações específicas.

A segunda motivação seria marcar uma relação de frequência e temporalidade nas situações ilustradas, empregando *cliente/freguês* ou *comprador/adquirente* com intuito de demonstrar ações de consumo que ocorrem com maior ou menor regularidade, haja vista a definição de *freguês* e *freguesia* que etimologicamente denotam hábito, frequência. Essa motivação pode ser visualizada no exemplo (5). Ademais, a noção de temporalidade está também relacionada à razão cultural, como justificaremos adiante.

A terceira razão atribuímos à tentativa de diferenciação entre o termo jurídico e unidades de uso geral, podemos observar tal movimento no exemplo (4), em que *consumidor* está como termo jurídico e *cliente* como unidade considerada de uso geral.

A quarta motivação identificada foi evitar repetição de termos, por isso, lança-se mão de outras unidades, como verificamos no exemplo (8), como o termo *consumidor* havia sido empregado duas vezes, foi substituído por *adquirente*.

Ainda que tenhamos discriminado as motivações para diferentes usos de *consumidor*, enfatizamos que em alguns dos exemplos que selecionamos, identificamos duas das motivações elencadas operando concomitantemente, como, por exemplo, em (1), (2) e (3), em que os termos: *psicanalista, médico, advogado, dentista e enfermeiro* relacionados a *cliente* e a *freguês* revelam formas culturalmente consolidadas de se referir a quem utiliza os serviços desses profissionais. Optar entre *comprador* e *cliente, consumidor* ou *freguês* demonstra também o caráter de continuidade e maior durabilidade na prestação do serviço. Além disso, outro aspecto que chama atenção é que tais escolhas evidenciam o tipo de tratamento (culturalmente marcado) que se estabelece entre o consumidor e o profissional de cada área, e isso está sinalizado linguisticamente pelo emprego de um ou outro termo. Por exemplo: médico e seu paciente, atendente da loja e seu cliente, dono do bar e seu freguês.

A variação denominativa, ou seja, os diferentes usos para *consumidor*, demonstram variação conceitual, pois ainda que se saiba que os sujeitos *cliente, freguês, comprador* sejam *consumidores*, cada um desses termos possui outros conceitos. Por meio da variação denominativa torna-se evidente modificações conceituais de *consumidor* pelo uso dessas variantes.

A análise das motivações e implicações dos diferentes usos desses termos deve ser realizada de acordo com cada contexto, pois cada ocorrência é singular. Pudemos observar que *consumidor* possui variantes e essas, por sua vez, designam outros conceitos, isto é, a substituição desse termo por *freguês, comprador, adquirente, cliente* ou *paciente* constituem outras relações conceptuais e diferentes efeitos de sentido. Em outras palavras, não podemos afirmar que *freguês* e *comprador* podem ocupar um o lugar do outro sem implicações semânticas e conceituais.

Por esse motivo, não localizamos as variantes para *consumidor* supracitadas no CDC, por exemplo, considerado de nível alto de especialidade, pois sendo esse texto uma lei, valoriza-se a precisão dos conceitos, nesse caso, a alternância entre os termos dificulta esse propósito. Além disso, no CDC não é necessário formar ou enfatizar uma relação de temporalidade, pois

o documento visa estabelecer parâmetros que regulamentem as situações de consumo, sejam elas pontuais ou regulares.

Foi possível identificar, nessa análise dois princípios da TCT (CABRÉ, 1999), além do princípio de variação, que “é um princípio universal para as unidades terminológicas, admite-se diferentes níveis segundo as condições de cada tipo de situação comunicativa” (CABRÉ, 1999, p. 85, tradução nossa)³⁴, destacamos também, a poliedricidade do termo, haja vista que os diferentes usos para *consumidor* revelam uma das faces dessa unidade, ou seja, a face social, conforme aponta Cabré (1999). Isso se dá em função de uma situação comunicativa em que *freguês*, *paciente* ou *cliente* são social e culturalmente mais aceitas e cristalizadas que o termo *consumidor*.

5.2. Serviço e Produto

A definição de *serviço* adotada pelo CDC é:

§ 2º Serviço é **qualquer atividade** fornecida no mercado de consumo, **mediante remuneração**, inclusive as de natureza **bancária, financeira, de crédito e securitária**, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. (BRASIL, 1990, grifo nosso)

O trecho acima demonstra a abrangência da definição de *serviço*, observa-se que houve a preocupação para que nenhum tipo de *serviço* fosse excluído, por essa razão, optou-se por uma concepção genérica, incluindo serviços bancários, financeiros e seguros. Com isso, pretende-se afastar dúvidas com relação a abrangência da proteção ao consumidor. Por isso, fica estabelecido que, qualquer atividade que esteja disponível no mercado e que envolva pagamento, será considerado *serviço*, exceto quando configurar relações trabalhistas. Portanto, em caso de problema com qualquer serviço prestado, o consumidor poderá requerer seus direitos.

Ressaltamos também que, de acordo com o CDC e os autores que nos baseamos, o fato de *serviço* se caracterizar apenas como atividade remunerada, favores não são considerados atividades tuteláveis pelo CDC.

³⁴ “Este principio es universal para las unidades terminológicas, si bien admite diferentes grados según las condiciones de cada tipo de situación comunicativa.” (CABRÉ, 1999, p. 85)

Outro aspecto que convém destacar quanto ao termo *serviço*, é a relação hiperonímica com *atividade*, essa relação pode ser identificada no CDC, “Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo [...]” (BRASIL, 1990). Em Nunes (2012, p. 149) “Serviço é, tipicamente, atividade” e em Almeida (2003, p. 42) “[...] o próprio legislador cuidou de enumerar algumas atividades que caracterizariam prestação de serviço [...]” bem como uma das cartilhas:

É qualquer atividade fornecida mediante remuneração, como: corte de cabelo, conserto de carro, conserto de eletrodoméstico, serviço bancário, serviço de seguros, serviços públicos, etc. Assim como os produtos, os serviços podem ser duráveis e não-duráveis. (ARAÚJO, 2006, p. 13)

Verificamos que no verbete do *Aulete digital*, a décima quinta acepção de *serviço* está relacionada à Economia e se diferencia da noção jurídica, apesar de incluir modalidades de serviços públicos essenciais. No trecho abaixo é possível verificar a diferenciação entre *serviço* e *mercadoria* no qual se assinala que *serviços* não resultam em mercadoria. Essa concepção diverge do Direito no sentido que há possibilidade de *serviços* entregarem *produtos*, como é o serviço de internet, por exemplo.

(**ser.vi.ço**) sm. [...] 15. Econ. Terceiro setor de produção, aquele cujo produto não assume a forma de mercadoria (como os da agricultura e da indústria), mas satisfaz necessidades indispensáveis como, p.ex., o transporte, as comunicações, a educação, a saúde. (AULETE DIGITAL)

O *Vocabulário Jurídico* de Silva (2014) define serviço citando o que traz o CDC e detalhando noções como *serviço defeituoso* e *serviço impróprio*:

Para esse fim, *serviço defeituoso* é aquele que não fornece ao consumidor a segurança necessária à sua utilização, principalmente no que respeita ao modo, resultado, risco e época do fornecimento (art. 14, § 1º).

Os arts. 20 a 25 do Código do Consumidor estabelecem a responsabilidade por vícios de qualidade dos serviços, que os tornem *impróprios* ao consumo ou lhes reduzam o valor ou sejam díspares com a oferta e publicidade. (SILVA, 2014, p. 1947)

Por meio das considerações de Silva (2014), podemos constatar que termos como *produto* e *serviço* trazem consigo outros conceitos relevantes como o de *serviço inadequado/impróprio* e *serviço/ produto defeituoso*. Um dado significativo acerca de

inadequado e *impróprio* é que, apesar de o CDC os definir em sentido sinonímico, para Nunes (2012), eles não são, pois denotam conceitos diversos. *Impróprio* impossibilita o uso por parte do consumidor, e *inadequado* denota que, ainda que com funções prejudicadas, o *produto/serviço* pode ser parcialmente aproveitado.

Voltando-nos para as definições de *produto*, destacamos que esse termo foi definido da seguinte forma pelo CDC: “Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.” (BRASIL, 1990). A lei define *produto* de modo amplo, assim como *serviço*, ou seja, *qualquer bem*, seja móvel ou imóvel, material ou imaterial está abrigado no conceito de *produto* pelo CDC. Ademais, a esse termo agrega-se o conceito de *durável*, *não-durável*, *móvel* ou *imóvel*, *material* ou *imaterial*.

Na definição de produto, o legislador coloca então “qualquer bem”, e designa este como “**móvel ou imóvel**”, e ainda “**material ou imaterial**”. Da necessidade de interpretação sistemática do CDC nascerá também a hipótese de fixação do produto como **durável e não durável**, por previsão do art.26 (acontecerá o mesmo no que tange aos serviços). (NUNES, 2012, p. 140, grifo nosso)

Ainda de acordo com Nunes (2012, p. 139, grifo nosso), “Esse *conceito de produto* é *universal* nos dias atuais e está *estritamente ligado à ideia do bem*, resultado da produção no mercado de consumo das sociedades capitalistas contemporâneas.”, ou seja, para o autor, a ideia de *produto* está relacionada a bem e ressalta que é positivo o uso da palavra *produto* no CDC pelo fato de que esse termo já estava consolidado em áreas como a Economia, por exemplo. Consultamos um dicionário de Economia a fim de visualizar como *produto* pode ser definido, Sandroni (1999, p. 497) afirma que “Alguns economistas fazem distinção entre os conceitos de *bem* e de *produto*: enquanto os *bens* são objetos materiais destinados à satisfação das necessidades humanas, o *produto* é o resultado geral da ação transformadora do homem sobre a natureza.”, isto é, nesse âmbito, alguns especialistas diferenciam bem como um conceito mais geral de objetos que têm a finalidade de atender às necessidades humanas e *produto* como objetos que sofrem ação humana de algum modo.

Desse modo, observa-se a diferença conceitual para os termos *bem* e *produto* para o Direito e para a Economia, se nessa última área se ressalta a discrepância entre *bem* e *produto*, no DC é possível observar que há uma relação que identificamos como hiperonímica, em que *bem* atua como hiperônimo de *produto* nas definições. Mas, vale destacar que, essa é uma característica que pudemos constatar no DC, pois *bem* ou o plural *bens*, em outros âmbitos do Direito, são conceitos complexos e se subdividem em outros termos, inclusive composições

como “bem geral”, “bem público”, “bem comum”, “bem de família”, “bens clausulados”, bens coletivos” (SILVA, 2014).

Almeida (2003) apresenta apenas a definição dada pelo CDC para produto e as duas cartilhas trouxeram o termo *mercadoria* na definição de produto: “[...]É toda mercadoria colocada à venda no comércio: automóvel, roupa, casa, alimentos.” (DPDC, 1999, p. 2) e Araújo (2006, p. 13) “É toda mercadoria colocada à venda no comércio.” Abordaremos essas ocorrências com exemplos mais adiante.

Os dicionários, tanto o jurídico, quanto o padrão, abordam *produto* como resultado de atividade, interferência humana:

(pro.du.to) sm.1. Aquilo que é resultado de uma atividade humana ou de processo natural (produto industrial; produto intelectual); PRODUÇÃO 2. Coisa ou objeto produzidos como bem de consumo ou de comércio; ARTIGO; MERCADORIA [...] (AULETE DIGITAL)

No dicionário supramencionado também verifica-se o uso de *coisa*, *mercadoria*, *artigo* e *objeto* no verbete referente a *produto*. Vejamos, então, o que traz Silva (2014, p. 1679-1680):

PRODUTO. Do latim *productus*, de *producere*, em sentido lato entende-se toda *coisa* ou toda *utilidade*, que se extraiu de outra coisa ou que dela se obteve. Desse modo, *produto* exprime a *utilidade produzida*, ou seja, o *resultado* obtido da *ação de produzir* (produção).

A definição de *produto* supracitada concorda com a de Cunha (2007), mas apenas no sentido do que é um produto, pois há divergência na forma latina de origem apresentada por Cunha (2007, p. 637, grifo do autor), que registra o seguinte: “**produto** sm. ‘aquilo que é produzido pela natureza’ ‘resultado de qualquer atividade humana (física ou mental)’ | *producto* 1813. Do lat. *prōductum* [...]”.

Além dos diversos tipos de *produto* que Silva (2014) registra no verbete, encontramos também o uso de *coisa*, *utilidade* e *fruto*. Apesar de identificarmos nas definições do corpus, os termos: *artigo*, *objeto*, *utilidade*, *coisa*, *mercadoria* e *bem* para referenciar produto, os dois últimos são mais significativos quanto à variação, isso demonstramos com exemplos na subseção seguinte.

5.2.1. *Serviço e Produto em contraste*

Serviço e produto se referem a conceitos também relacionados. Segundo Nunes (2012), não existe *produto* sem *serviço*, pois até que o produto chegue ao consumidor estão envolvidos vários procedimentos caracterizados como *serviço*. O autor afirma que o contrário não ocorre, há *serviço* sem *produto*.

A definição atribuída a esses dois termos pretende abranger tudo que esteja relacionado ao consumo, seja no sentido de bens ou prestação de serviço. Conforme o CDC, serviço é qualquer atividade prestada que envolva remuneração excluindo relações trabalhistas e “produto é qualquer bem móvel, ou imóvel, material ou imaterial” (BRASIL, 1990).

Um aspecto que podemos destacar com relação a *produto* é o uso alternativo dos termos *mercadoria* e *bem*. Realizamos a busca desses dois termos no *corpus* com intuito de verificar como se dão as ocorrências dessas duas unidades e como se relacionam ao termo *produto*. Trouxemos então, trechos que encontramos e que revelam o uso de *bem* e *mercadoria*. Para explicarmos esse fenômeno, retomamos o aporte teórico desta pesquisa com as explicações de Freixa (2006) com as motivações para variação.

- (1) “[...] estando o consumidor em uma posição de debilidade e subordinação estrutural em relação ao produtor do **bem** ou serviço de consumo [...]” (ALMEIDA, 2003, p. 21)
- (2) “O princípio é o de que, se o consumidor paga pelo **bem**, se dá seu dinheiro, tem de ficar absolutamente satisfeito.” (NUNES, 2012, p. 434)
- (3) “§ 1º **Produto** é qualquer **bem**, móvel ou imóvel, material ou imaterial.” (BRASIL, Lei 8.078, 1990, art. 3).
- (4) “Ao comprar um **bem durável** (televisão, geladeira, rádio, mesa, armário, etc) [...] Todo **produto durável** terá garantia legal de noventa (90) dias[...]” (ARAÚJO, 2006, p. 23)

Exemplos com uso de *mercadoria*:

- (5) “A alegação da apelante, procurando refutar sua responsabilidade pelos defeitos constatados na **mercadoria** vendida[...]” (NUNES, 2012, p.174)
- (6) “[...] o **consumidor** ou usuário emprega o **produto** de maneira inadequada, ou dele faz uso pessoa a quem a **mercadoria** é contra-indicada;” (ALMEIDA, 2003, p. 64-65)

(7) “[...] exija a troca por outra **mercadoria** ou a devolução do dinheiro;” (DPDC, 1999, p. 30)

(8) “**Produto** é toda **mercadoria** colocada à venda no comércio.” (ARAÚJO, 2006, p. 13)

Com relação ao uso dos termos *bem* e *mercadoria* levantamos duas hipóteses, uma relação sinonímica e outra hiperonímica. Entendemos que nos exemplos (1) e (4) o termo *bem* é utilizado como sinônimo de *produto*, pois pôde-se observar, nos contextos, o emprego da unidade terminológica *bem* com valor semântico compatível ao termo *produto*, inclusive no exemplo (4) encontramos as unidades terminológicas *bem durável* e *produto durável*. Nos (2) e (3), identificamos *bem* como hiperônimo de *produto* nos trechos citados.

Analisamos que a possível motivação para o uso de *bem* para referir o termo *produto* esteja relacionada a uma das causas de variação apontadas por Freixa (2006), a “causa discursiva”. Essa motivação é subdividida em “evitar repetição” e “criatividade, ênfase e expressividade”, atribuímos o uso de *bem* em lugar de *produto* à primeira causa, ou seja, a fim de evitar a repetição de termos em um mesmo contexto e expressar a ideia de modo mais coeso, fez-se uso de *bem* em lugar de *produto* ou como seu hiperônimo. Tal conclusão, atribuímos ao fato de, apesar do termo *bem* ser um conceito complexo para o Direito e desdobrar-se em outras acepções, em alguns contextos do DC, esse termo se aproxima semanticamente de *produto*, inclusive na definição do CDC, que citamos acima.

A mesma causa discursiva pode ser atribuída ao par *produto/mercadoria*, mas há alguns aspectos que diferenciam quanto ao uso do termo *bem*. Segundo Silva (2014), *mercadoria* faz referência especialmente a objetos móveis, mas sabemos que o CDC prevê que produto é “qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial” (BRASIL, 1990). Isso significa que, ao fazer uso de *mercadoria* em lugar de *produto* exclui-se os bens imóveis. Logo, se considerarmos a rigor a definição de Silva (2014), produto não é toda mercadoria disposta no mercado, como traz o exemplo (8).

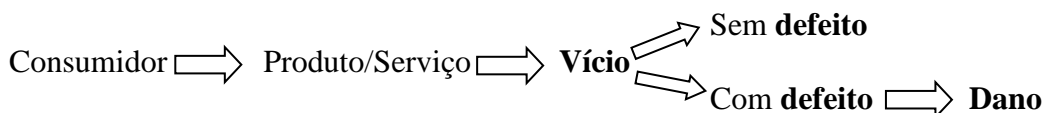
Além disso, classificamos, de acordo com os excertos, que os exemplos (5), (6) e (7) estão como uso sinônimo e apenas (8) como hiperônimo. Inferimos, com isso, que ao fazer uso de *mercadoria* em lugar de *produto*, refere-se, em sua maioria, a objetos móveis. Não é tão recorrente o emprego de *mercadoria* como termo geral para designar *produto*, mas foi possível encontrar um exemplo disso em uma lei. Na Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965, citada por Nunes (2012, p. 501): “Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado.” Entendemos que essa lei é anterior ao CDC, mas trata-se da regulamentação da profissão de Publicitário e de

Agenciador de Propaganda, se *mercadoria* faz referência a objetos móveis, o texto da lei supracitada poderia ter sido alterado a fim abarcar bens imóveis, pois faz-se publicidade de um empreendimento imobiliário, por exemplo, que também pode ser enganoso e causar dano para o consumidor. Cabe ressaltar que o CDC não registra nenhuma ocorrência do termo *mercadoria*, lembrando que a definição de *produto* e *serviço* contemplada no CDC, pretende ser a mais ampla possível, abrangendo todo e qualquer objeto que possa estar envolvido nas relações de consumo. O uso de *mercadoria* foi registrado apenas nos manuais e nas cartilhas, ou seja, textos menos especializados.

5.3. *Vício, Defeito e Dano*

Nesta subseção abordaremos o que as definições encontradas no corpus trouxeram para *vício, defeito e dano*. Iniciamos destacando a relação que há entre esses três termos e o que justifica que estejam agrupados do modo como estão.

Optamos, então, por reunir os comentários referentes a *vício, defeito e dano* por serem conceitos altamente relacionados, ou seja, esses termos estabelecem uma relação de interdependência entre si. Para exemplificar tal afirmação, citamos o par *Vício e Defeito*, segundo Nunes (2012), para que o defeito exista, primeiro houve *vício*, em outras palavras, inexistente *defeito* sem *vício*, isso significa que esse último conceito está relacionado a problemas nos produtos ou serviços, mas que não prejudicaram o consumidor diretamente. Já o *defeito* é o *vício* do produto ou serviço acrescido de uma situação prejudicial ao consumidor que tenha ocorrido por causa desse *vício* ao produto/serviço. Para ilustrar a relação *vício, defeito e dano*, elaboramos o seguinte esquema:



Partimos, então das definições de *vício*, pois há uma forma de gradação dos problemas ocorridos nas relações de consumo, como destaca Nunes (2012, p. 413) “vício é o primeiro aspecto do defeito.”, isto é, *vício* acarreta *defeito* que por sua vez pode causar um *dano*. Dessa forma, *vício* seria a forma menos grave de lesão ao consumidor, pois está atrelado ao produto ou serviço, “o vício é uma característica inerente, intrínseca do produto ou serviço em si.”

(NUNES, 2012, p. 349), já o defeito e o *dano*, em seus diferentes tipos, seriam formas mais graves de problemas decorrentes das relações de consumo e estão ligados aos problemas causados ao consumidor em consequência dos *vícios* dos produtos/serviços.

O primeiro ponto que chama atenção no tocante à definição de *vício* é que nem o CDC tampouco as cartilhas apresentam uma definição direta para o termo, os que ocupam-se dessa tarefa são os manuais de DC que desenvolvem e comentam o que o CDC aborda no *caput* do artigo 18:

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas. (BRASIL, 1990)

O trecho não deixa exatamente claro o que é um *vício*, mas entende-se que seja um problema relativo tanto à *qualidade*, quanto à *quantidade* de produto/serviço. Nesse sentido, verifica-se que *vício* também está relacionado com *impróprio* e *inadequado* que abordamos na subseção anterior. Nunes (2012) aponta que o termo *vício* está vinculado a esses conceitos em dois momentos no CDC, mas de modo diferente. Em um primeiro momento, produtos de consumo considerados viciados são os *impróprios* ou *inadequados*, a posteriori, no *caput* do art. 20, *vício* é o que torna o serviço *impróprio*.

A norma do *caput* do art. 20 fala em *vício* como aquele que torne o serviço “impróprio”. No *caput* do art. 18 aparece uma distinção. Lá está colocado que o *vício* torna o produto “impróprio ou inadequado”. Já vimos que há diferença entre os termos “impróprio” e “inadequado”. “Impróprio” é a característica que impede o uso ou consumo do produto. “Inadequado” é a que faz com que o produto possa ser utilizado, mas com eficiência reduzida. Isto é, o consumidor pode dele se servir, mas há alguma perda na eficiência da qualidade ofertada. (NUNES, 2012, p. 296)

Para o autor supramencionado, *vício* é o que torna os produtos e os serviços tanto *inadequados*, quanto *impróprios*. Decidimos registrar o que o CDC traz a respeito:

Art. 18 [...] §6º são **impróprios** ao consumo
I- os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;
II- os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda,

aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;
 III- os produtos que por qualquer motivo, se revelem **inadequados** ao fim que se destinam. (BRASIL, 1990, grifo nosso)

Além disso, os vícios podem ser de *qualidade* ou de *quantidade*, *aparentes* ou *ocultos*, os dois últimos referem-se, respectivamente, a problemas que são reconhecidos com facilidade pelo consumidor, estão mais aparentes, em contrapartida, os *vícios ocultos* não são facilmente identificáveis e, segundo Nunes (2012) podem surgir com pouco ou muito tempo de uso.

Os *vícios de qualidade* do produto são características que impedem o devido aproveitamento do produto/serviço ao qual se destina e *vício de quantidade* implica em haver uma quantidade desigual ao que foi informado ao consumidor, ou seja, para Nunes (2012, p. 430) “Da mesma forma são considerados vícios os decorrentes da disparidade havida em relação às indicações constantes do recipiente, embalagem, rotulagem, oferta ou mensagem publicitária.” Além do direito à informação, produtos ou serviços com características diferentes das que tenham sido informadas ou prometidas ao consumidor e que comprometam seu pleno aproveitamento, conforme Art. 18, §6º, inciso II, são considerados vícios no DC.

Como *vício* não é um termo de uso restrito ao DC, visto que está presente em outras áreas jurídicas e se caracteriza como um termo complexo, tanto o dicionário *Aulete digital*, quanto o *Vocabulário jurídico* refletem essa afirmação pelo modo como definem vício. O *Aulete digital* inclui três acepções jurídicas, mas nenhuma delas se aproxima do DC, como podemos constatar pelo exemplo abaixo:

(v.í.ci.o)

sm. [...] 4. Defeito capaz de incapacitar uma pessoa ou uma coisa para determinada atividade [...]

8. Jur. Defeito que incide sobre a forma ou a substância do ato jurídico e suscetível de torná-lo nulo [...]

[F.: Do lat. *vitium*.]

Vício da posse

1 Jur. Situação ou circunstância que inviabiliza posse, por torná-la ilegítima.

Vício de forma

1 Jur. Inadequação às normas nas formalidades de montagem de um ato jurídico. [...]

Com relação à etimologia de *vício*, como vimos no *Aulete digital*, esse termo tem origem latina na palavra *vitium*, segundo dicionário *Oxford Latin* (1968), *vitium* significa, entre suas possíveis acepções, uma imperfeição material ou física de algo ou alguém, além de desvantagem, falha com relação a algo ou até mesmo uma falha de caráter. Ademais, uma

acepção que vele ressaltar, é que *vitium* pode significar defeito na lei ou defeito ocorrido em algum procedimento técnico.

O *Vocabulário Jurídico* define *vício* de forma genérica, pelo fato desse termo estar em uso em outras especialidades, como o Direito Civil. Observa-se que o verbete construído por Silva (2014) aborda essa vertente. O autor atribui a *vício* sinônimos como “*falha, defeito, imperfeição ou irregularidade*”, argumentando que o *vício* pode ser de “pessoas, coisas ou atos.” (SILVA, 2014). Verificamos que a definição de *vício* mais próxima do DC encontrada no verbete do vocabulário jurídico encontra-se no seguinte trecho:

Em relação às coisas, o vício entende-se *físico*, ou *corpóreo*, em virtude do que as coisas se mostram de *má qualidade, deteriorados, falsificadas*, ou se apresentam *boas e perfeitas, quando não viciadas*. O vício, pois, nesta hipótese, é propriamente o *estrago, a deterioração, a danificação*, trazidos pela coisa, podendo ser *próprio*, ou *intrínseco*, ou se gerando de fato exterior, sendo assim *extrínseco*. (SILVA, 2014, p. 2234, grifo do autor)

No tocante às definições do termo *defeito* pode-se afirmar que, como citamos anteriormente, *vício* e *defeito* estão imbricados e que o *defeito* é o *vício* mais um agravante ao consumidor em decorrência do problema intrínseco do produto, causando assim, uma lesão extrínseca.

defeito é o vício acrescido de um problema extra, alguma coisa extrínseca ao produto ou serviço, que causa um dano maior que simplesmente o mau funcionamento, o não funcionamento, a quantidade errada, a perda do valor pago — já que o produto ou serviço não cumpriram o fim ao qual se destinavam. (NUNES, 2012, p. 230)

Uma situação hipotética que ilustra a relação entre *vício* e *defeito* é, por exemplo, a compra de um celular, se o aparelho apresenta algum problema de fabricação que logo foi sanado, esse aparelho estava viciado, houve *vício*, mas, se por conta desse problema, o consumidor tiver alguma situação prejudicial, outros prejuízos em decorrência do *vício* do celular, como, por exemplo, perda de clientes porque utiliza o aparelho para trabalho, será considerado *vício* com *defeito*.

O CDC não define *defeito*, traz apenas no *caput* do art.12, como cita Nunes (2012, p. 323) que defeito é:

“defeito” no *caput* do art. 12 e tudo aquilo de que ele decorre: projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação,

acondicionamento, além do oferecimento de informações insuficientes ou inadequadas sobre o risco e a utilização do produto.

Nesse sentido, se tivermos o CDC como base para diferenciar *defeito* e *vício*, tal tarefa será desempenhada com certa dificuldade, pois, como vimos na citação acima, o *defeito* também está diretamente relacionado a problemas de fabricação, montagem do produto/ serviço, tal fato é óbvio se considerarmos que só existe defeito mediante a *vício*, mas, sendo esse último um conceito diferente de *defeito*, caberia a lei deixar esse aspecto evidente em seu texto.

A confusão entre *defeito* e *vício* fica ainda mais evidente no verbete de Silva (2014, p. 656, grifo do autor):

DEFEITO. Derivado do latim *defectus* (falta, ausência), é empregado na terminologia jurídica, com o mesmo sentido de *vício*, isto é, a *imperfeição* ou *falha*, que venha prejudicar ou diminuir a qualidade ou caráter, seja do ato, da coisa ou da pessoa. Os *defeitos*, como *vícios* ou *falhas* que são, dizem-se materiais ou morais. Mas, nos domínios jurídicos, somente os defeitos de ordem material, que possam *viciar* os atos ou as coisas, e os defeitos propriamente *físicos*, que possam atacar as pessoas, são objeto de consideração, escapando os morais à sua esfera.

De acordo com Silva (2014), o *defeito*, no campo jurídico, tem o mesmo sentido de *vício*, poderíamos investigar o grau de distinção entre esses dois conceitos em outras áreas, como o Direito Civil, por exemplo, por enquanto, cabe-nos sublinhar que, de acordo com Nunes (2012) e Almeida (2003), no DC, *vício* e *defeito* são termos com conceitos diversos. Ainda é possível analisar que o autor defende a existência de *defeito moral* ou *material*, que pode ser confundido com *dano*. Almeida (2003) distingue em seu texto *defeito* e *vício* apontando que o *defeito* está relacionado a *dano*:

Defeito é, portanto, **toda anomalia** que, comprometendo a segurança que legitimamente se espera da fruição dos produtos e serviços, termina por causar **danos** físicos ou patrimoniais aos consumidores. **Se essa anomalia apenas compromete o funcionamento do produto ou serviço, mas não apresenta risco à saúde e segurança do consumidor, não se fala em defeito, mas em vício.** Fato do produto está ligado a **defeito**, que, por sua vez, está ligado a **dano**. (ALMEIDA, 2003, P. 66, grifo nosso)

Os trechos do excerto acima destacam outro problema que pretendemos discutir que é a questão do uso de *dano*, verificamos acima que esse termo está em uso em dois momentos. O primeiro faz referência a tipos específicos de dano, ou seja, danos físicos, ou danos materiais,

que denotam conceitos específicos no Direito, e no segundo momento, faz referência a todo e qualquer problema que possa ocorrer ao consumidor e que caracteriza o *defeito*. Observamos a mesma diferença de uso em Nunes (2012):

- (1) “Em todos esses casos há **vício** do serviço e, dependendo do **dano** sofrido pelo consumidor, **haverá também defeito**” (NUNES, 2012, p. 155)
- (2) “Adiante-se que a indenização garantida ao consumidor é plena, incorporando todos os **danos materiais** (danos emergentes e lucros cessantes) e **morais** por ele sofridos.” (NUNES, 2012, p. 170)

Vejamos que no exemplo (1) *vício* também é considerado um dano, pois a depender do tipo de problema *também* haverá defeito, nesse caso, dano é entendido como problema de modo generalizado. Já no exemplo (2) o autor especifica o tipo de dano, expondo outras modalidades danosas que configuram novos termos como dano moral e material.

O *dano* é um termo utilizado no Direito para fazer referência a todo fator prejudicial que ocorre a alguém ou algo. No DC, observamos que *vício* e *defeito* também são considerados *danos* ao consumidor. Por meio dos exemplos que verificamos no corpus, observamos que o uso do termo *dano* revela no mínimo duas formas de emprego distintas, uma delas é, conforme citamos, fazer referência a qualquer problema ocorrido a algo ou alguém, a outra forma de uso é para discriminar algum tipo de *dano* específico, pois esse termo é amplamente utilizado no Direito e pode ser de diversas naturezas, moral, estética, material. Através da definição de Silva (2014) é possível afirmar que cada âmbito do Direito faz uso distinto do termo *dano*:

[...] possui, assim, o sentido econômico de *diminuição* ocorrida ao patrimônio de alguém, por ato ou fato estranho à sua vontade. Equivale, destarte, a perda ou prejuízo. [...] Juridicamente, *dano* é, usualmente, tomado no sentido do efeito que produz: é o *prejuízo causado*, em virtude de ato de outrem, que vem causar diminuição patrimonial. [...] E, neste sentido, tanto se entende o *dano aquiliano*, que resulta do ato ilícito, como o *dano contratual*, fundado na ofensa à obrigação contratual. [...] *Dano*. No sentido penal, dano indica a destruição, inutilização ou deterioração de coisa alheia. É tido, assim, em seu sentido de *danificação*. [...] (SILVA, 2014, p. 637-638, grifo do autor)

O autor expõe que *dano* está atrelado à ideia de *prejuízo*. Como destacamos acima, o termo é muito comum em outros âmbitos da ciência jurídica como o Direito Civil e Penal, somente no vocabulário jurídico pudemos registrar outros 28 tipos de dano que formam novos termos que entendemos como termos compostos ou lexias complexas. Desses 28 tipos, 26 constituem entradas diferentes no vocabulário jurídico. Entre essas lexias estão: “dano moral”,

“dano patrimonial”, “dano estético”, entre outros (SILVA, 2014). Cabe-nos destacar que em nenhum dos outros termos do corpus foram encontradas definições para o termo *dano*, apenas no *Vocabulário Jurídico* e no Aulete digital.

5.3.1. Do *Vício* ao *Dano*: um complexo problema para o Direito do Consumidor

Ainda que inter-relacionados, os termos *vício*, *defeito* e *dano* são conceitos diferentes no domínio do DC. Concentrando-nos em *vício* e *defeito*, podemos identificar, por meio das ocorrências do corpus, que há uso de um termo pelo outro, principalmente em textos menos especializados. Ainda que esse fenômeno ocorra em textos de nível de especialidade mais baixo, foi possível encontrar a inversão de *defeito* em lugar de *vício* mesmo no CDC, vejamos:

§ 3º Tratando-se de **vício oculto**, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o **defeito**. [...]

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

I - que não colocou o produto no mercado;

II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o **defeito** inexistente;
[...] (BRASIL, 1990, grifo nosso)

No exemplo acima, há primeiro *vício oculto* e, na mesma sentença, faz-se referência ao primeiro termo por meio da unidade *defeito*. No inciso II, demonstra a necessidade do fornecedor em provar a inexistência de algum problema em seu produto, ainda que já o tenha disponibilizado no mercado. Esse processo pode ocorrer antes da compra do consumidor, recolhendo ou reparando os produtos, nesse caso, deveria ter sido usado *vício*, pois seriam constatados problemas no produto em si, não há como haver defeito antes da compra.

Nunes (2012) fez a mesma observação com relação ao uso de *vício* e *defeito*, segundo o autor, ocorre uma confusão conceitual no CDC. “A Lei n. 8.078, em termos conceituais, estabeleceu uma boa confusão ao pretender, como fez, utilizar dois termos distintos: “defeito” e “vício”.” (NUNES, 2012, p. 229). Como mencionamos acima, foi possível identificar fenômeno em textos menos especializados, como as cartilhas, por isso, recortamos alguns exemplos:

(1) “A - Ocorrendo defeito de fabricação (vício de qualidade), o fornecedor tem trinta **(30) dias** para corrigi-lo.” (ARAÚJO, 2006, p. 13, grifo do autor).

- (2) “**B** – Prazo para reclamar de vícios de fácil constatação em produtos ou serviços: o consumidor terá trinta **(30) dias**, para reclamar defeitos nos produtos ou serviços não-duráveis [...]” (ARAÚJO, 2006, p. 19, grifo do autor)
- (3) “Denuncie o ocorrido a órgão de fiscalização de alimentos. O fornecedor será punido, se sabia do **defeito do produto** e, assim mesmo, o vendeu;” (ARAÚJO, 2006, p. 28, grifo nosso)
- (4) “Se o **defeito** for de fabricação do produto, o fornecedor tem 30 dias para corrigi-lo ou saná-lo.” (DPDC, 1999, p. 9, grifo nosso)
- (5) “Se o **defeito** for difícil de se notar (**vício oculto**), os prazos começam a ser contados da data em que o vício apareceu.” (DPDC, 1999, p. 10, grifo nosso)
- (6) “[...] Nesta reclamação conte o problema e exija que dentro de 30 dias o **produto** seja substituído por outro da mesma espécie e sem **defeito**;” (DPDC, 1999, p. 25, grifo nosso)

Os exemplos acima deixam evidente a inversão dos termos, em (1), por exemplo, menciona-se *defeito de fabricação* e entre parênteses *vício de qualidade*, em (5) também compara-se *defeito* com *vício oculto*, o mesmo processo ocorre em (2), mas no sentido contrário, primeiro encontramos *vício* e, depois, *defeitos nos produtos*, nos excertos (3), (4) e (6) há *defeito do produto*, *defeito de fabricação* e *produto sem defeito*. Embora as cartilhas tenham o objetivo de aproximar os conceitos jurídicos de seus leitores de modo mais facilitado, há de se verificar as diferenças entre esses mesmos conceitos e apresentar de modo a instruir corretamente o leitor para que esse tenha condições de requerer seus direitos, no caso de *vício* e *defeito*, que são aspectos determinantes do fato de consumo, seria válido uma breve explicação ao leitor acerca desses dois pontos.

Vejamus outro aspecto de *vício* que detectamos no vocabulário jurídico, no trecho abaixo, o autor ressalta *vício* como um termo amplamente utilizado no Direito e que, em sentido geral, *vício* indica *defeito*:

(7) “Já o *vício* referente aos atos jurídicos indica-se *defeito*, *falta* ou *irregularidade* [...]” (SILVA, 2014, p. 2234, grifo do autor)

Por ser um conceito complexo presente em outras áreas do Direito, como o Direito Civil, por exemplo, no mesmo vocabulário supracitado, *vício* gera outras 18 entradas, ou seja, há 18 tipos de *vício*, entre eles, “vício construtivo”, “vício da coisa”, “vício da posse”, entre outros (SILVA, 2014). Cabe-nos, portanto, destacar a diferença entre *vício* e *defeito* na seara do DC. Nesse sentido, *vício* diz respeito a problemas nos *produtos*, mas que ainda não tenham prejudicado diretamente o consumidor. Transtornos causados ao consumidor em decorrência de *vícios a produtos/serviços* configuram *defeito*.

O *defeito*, por sua vez, segundo Nunes (2012), acarreta em *dano* para o consumidor, o *dano* pode ser qualquer fator prejudicial ao consumidor, como também ser algo ainda mais grave que *defeito*, além disso, pode ser de diferentes tipos, conforme Silva (2014) o *dano* pode ser de natureza moral, patrimonial, estética, entre outros. Segundo esse autor, esse termo está relacionado a *prejuízo*, outro conceito importante para o DC.

Consideramos relevante destacar que, conforme o dicionário *Oxford Latin* (1968) a etimologia de *dano* está relacionada a unidade latina *damnu*, que segundo esse dicionário, uma de suas acepções é a perda financeira, perda de pertences ou propriedades, no geral, essa unidade léxica se relaciona à perda. Outra acepção possível apontada pelo *Oxford Latin* (1968) é que *damnu* pode ser uma multa ou penalidade a ser paga em sinal de restituição a algo.

No vocabulário de Silva (2014), a unidade léxica *dano* deu origem a outras 26 entradas e verbetes, o que demonstra que há 28 tipos de *dano*, como demonstramos na subseção anterior 5.3. Por esse motivo, atemo-nos apenas ao que esse termo representa no âmbito do DC, pois o aprofundamento na análise desse termo nos conduziria a outras áreas do Direito, como Direito Civil e Penal, o que extrapola nossos objetivos nesse momento.

Portanto, é importante destacar quanto ao termo *dano* no DC é que não foram encontradas definições para o termo nos textos do corpus, pois *dano* não é um termo representativo apenas do DC. Apesar de estar em uso nessa especialidade e estar relacionado a termos como *vício* e *defeito*; *dano* é um conceito consideravelmente amplo, por isso, não são definidos em textos de DC. Ademais, casos em que forem constatados *danos* graves ao consumidor, as medidas cabíveis a esses casos estarão respaldadas também em áreas como Direito Penal e Civil.

Com relação a variação, identificamos que, ao analisar o termo no corpus, foi utilizado o termo *lesão* ao consumidor referindo-se a *dano*, trouxemos exemplos:

[...] ainda assim alguns produtos e serviços acabam entrando no circuito comercial com defeitos que culminam por causar **lesão** à saúde, à segurança e ao patrimônio dos consumidores e usuários. **Tais danos**, anônimos e inevitáveis, não são produzidos por pessoas e sim por coisas (produtos ou serviços) e se repetem com relativa frequência, estatisticamente mensurável. (ALMEIDA, 2003, p. 58, grifo nosso)

A citação acima tem o termo *lesão* à saúde, ao patrimônio, que poderia configurar *dano físico*, *dano material*, e ainda traz, adiante, o termo *danos* recuperando o que havia sido afirmado acerca de lesão e seus tipos. Outro exemplo:

Ações cautelares são providências que o juiz poderá determinar quando houver fundado receio de que uma parte, antes do julgamento da lide, frustre a efetividade da decisão no processo principal, causando com isso **lesão** grave e de difícil reparação ao direito da outra parte. (ALMEIDA, 2003, p. 184, grifo nosso)

Os dois últimos exemplos arrolados indicam novas possibilidades de uso que encontramos nos textos do corpus de pesquisa, as duas ocorrências são do mesmo autor, isso pode indicar, de acordo com Freixa (2006), uma motivação denominada “self-variation”, ou seja, por razões de conhecimento, estilo e a fim de evitar repetição, como na “causa discursiva”, um autor denomina o mesmo conceito de modo diferente.

5.4. A relação de consumo: síntese do capítulo

Neste capítulo ocupamo-nos de analisar as sequências definitórias que encontramos nos textos que compunham o corpus e identificar as possíveis variações terminológicas. Feita a análise, pudemos observar que a escolha dos termos para análise foi adequada, pois abarcou os principais agentes da relação de consumo, possibilitando obter uma visão ampla da terminologia do Direito do Consumidor. Verificamos também a complexidade da organização terminológica do âmbito estudado pelo fato de um termo evocar outros conceitos também relevantes para a compreensão do todo, por exemplo, o termo *produto*, essa unidade traz consigo a noção de *durável*, *não-durável*, *inadequado*, *impróprio*, *material*, *imaterial*, *móvel*, *imóvel*.

O objetivo de nossa pesquisa era identificar como se dá a variação terminológica no âmbito do DC, por isso, tínhamos como hipótese a possibilidade de variação conceitual. Portanto, nossa metodologia de análise foi voltada a esse tipo de variação, no entanto, tais métodos conduziram-nos também a identificar também variantes denominativas para os termos-objeto e identificar as motivações que impulsionam esses diferentes usos.

A partir disso, tecemos nossas considerações, verificando as implicações semânticas do uso de diferentes denominações para os conceitos. O termo consumidor apontou *freguês*, *cliente*, *comprador*, *adquirente* como alternativas denominativas. Entendemos que, de acordo com Freixa (2006), as motivações para essas ocorrências sejam causas discursivas e cognitivas, acrescentamos também razões culturais, haja vista a demarcação de temporalidade entre *freguês* e *comprador*, por exemplo, um demonstra ações recorrentes e o outro mais pontuais. Ademais, entendemos também como cultural a escolha de *freguês* ou *cliente* para um determinado tipo de ambiente, a depender do contexto, faz-se mais adequado o emprego de um ou outro termo.

O termo *fornecedor* é dividido em gênero e espécie, ou seja, um termo genérico, que nesse caso é fornecedor, e suas espécies, que podem ser: fabricante, montador, construtor, importador, entre outros. O texto do CDC foi formulado de modo a ser suficientemente abrangente a fim de diminuir o número de inconsistências e lacunas que pudessem, de algum modo, eximir algum fornecedor e, assim, falhar na proteção ao consumidor.

Produto e *serviço* também possuem uma definição abrangente, isso foi feito com o mesmo propósito da definição de *fornecedor*, ou seja, abranger tudo que possa estar envolvido nas relações de consumo. Mas com o termo *produto*, identificamos o uso alternativo de *bem* e *mercadoria* e verificamos as implicações desses usos no corpus. Levantamos como hipótese, o uso de termos como *bem* e *mercadoria* em função de hiperônimo e sinônimo de *produto*.

Vício, *defeito* e *dano* formam uma tríade de conceitos que mantém uma relação interdependente, apesar de designarem conceitos diversos no DC. Em textos de menor nível de especialidade, esses três termos são empregados um no lugar do outro como demonstramos nos excertos recortados do corpus.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a realização desta pesquisa partimos de uma motivação central, a possibilidade de variação terminológica no âmbito do Direito do Consumidor (DC). Tal fomento se deu em função de encontrarmos nas primeiras análises feitas em textos dessa especialidade, a afirmação de Filomeno (2001) que a definição de *consumidor* privilegiada pelo CDC é de caráter econômico e que há outras possibilidades para defini-lo. Dessa forma, segundo o autor, essa definição não é suficientemente abrangente, pois abriga apenas uma perspectiva desse conceito cujas faces também são de natureza psicológica, sociológica e filosófica.

Diante disso, decidimos buscar quais são os diferentes significados de conceitos e termos dessa área, pois mesmo a lei máxima dessa especialidade, o CDC, demonstra haver outras possibilidades não exploradas para um termo bastante representativo como *consumidor*. Por entendermos que poderiam haver diferentes formas de conceptualização dos termos da área manifestas linguisticamente nos significados, priorizamos nossa atenção para a variação conceitual.

Para tanto, foi preciso, primeiramente, conhecer mais profundamente a área e sua terminologia, na medida que isso foi feito, alguns aspectos se destacaram como, por exemplo, a multidisciplinaridade, isto é, o DC é formado a partir de conceitos que também estão presentes em outras áreas, como é o caso do termo *contrato*, *vício*, *dano*, conceitos em uso em domínios como o Direito Civil.

Tal multidisciplinaridade nos chama atenção para outro aspecto que envolve a pesquisa em Terminologia que é a estrutura conceitual, que representa o modo como os conceitos são organizados em uma determinada área. Desenvolver essa estrutura do DC, até mesmo de outras áreas do Direito é algo complexo, pois deve-se levar em conta as particularidades dessa especialidade e sua organização terminológica. Cabré (2003); Fernández, Freixa e Cabré (2012) chamam atenção para a dinamicidade envolvida na formação de conceitos e, logicamente, das estruturas conceituais.

Com relação à organização do Direito de modo geral e a divisão em áreas, Lenza (2012) afirma que a divisão do Direito em áreas, assim como conhecemos, tem uma finalidade puramente didática, isto é, no âmbito do Direito há os especialistas que julgam a divisão hierárquica incoerente com a forma com que a ciência se estabelece cientificamente. A pesquisa terminológica do Direito do Consumidor contribui para verificarmos se o mesmo fenômeno ocorre no âmbito dessa especialidade, já sabemos que a terminologia do DC é multidisciplinar, isto é, formada por termos de diversas áreas, logo, tal característica requer o desenvolvimento

de uma estrutura conceitual coerente com as teorias de Terminologia mais atuais e com o próprio DC, ou seja, a estrutura deverá ser multidimensional, como propõem as autoras Fernández, Freixa e Cabré, 2012.

Ao analisarmos as sequências definitórias dos termos que selecionamos para análise, verificamos a possibilidade de novos termos para os mesmos conceitos e decidimos averiguar algumas dessas ocorrências no corpus, a fim de identificar se havia variação denominativa. Esse mesmo aspecto revelou novas possibilidades de estudo. Nesse sentido, entendemos que seria possível analisar os contextos extraídos do corpus por diferentes vertentes, uma delas poderia ser a Linguística Textual verificando como ocorrem as recategorizações dos termos por meio de suas variantes.

Outra possibilidade seria classificar as variantes conforme a teoria de Faulstich (1995), ou seja, verificar se as outras formas de denominar os termos analisados são concorrentes ou coocorrentes considerando os devidos contextos. Ademais, abre-se espaço também para aprofundar as questões referentes a sinonímia e hiperonímia.

Como apontamos acima, ainda há muito a ser estudado no tocante à língua em uso no Direito do Consumidor. Além disso, é notável que as informações que circulam nessa especialidade são de grande interesse de todos os cidadãos e há grande necessidade de novos materiais e divulgação dessas informações. Esses dois aspectos citados nos motivam ainda mais a dedicarmos outros estudos à terminologia do Direito do Consumidor.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J.B. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2003.

ARAÚJO, A.W.S. (Org.). **Cartilha do Jovem Consumidor**. Fortaleza: gráfica INESP, 2006. (online). Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cdc/outros/cartilhas-diversas/Cartilha-Jovem-Consumidor-com-lei-do-Codigo-2006-1.pdf>> Acesso em: 27 jan. 2016.

AULETE, Caldas. Aulete Digital. **Dicionário contemporâneo da língua portuguesa: Dicionário Caldas Aulete**, online. Lexikon Editora digital. Disponível em: <<http://www.aulete.com.br/>>. Acesso em: 14 out. 2017.

AUSUBEL, D. P. A Subsumption Theory of Meaningful Verbal Learning and Retention. **The Journal of General Psychology**, v.66, 1962, p. 213-224.

BARBOSA, M. A. Etnoterminologia e Terminologia Aplicada: objeto de estudo, campo de atuação. In: ISQUERDO, A. N.; ALVES, I. M. (Org.). **As ciências do léxico**. Lexicologia, Lexicografia e Terminologia. 1.ed. Campo Grande: UFMS/Humanitas, 2007.

BARROS, L.A. **Curso básico de terminologia**. São Paulo: EDUSP, 2004.

_____, **Conhecimentos de terminologia geral para a prática tradutória**. São José do Rio Preto: Novagraf, 2007.

BASILIO, M. Abordagem gerativa e abordagem cognitiva na formação de palavras: considerações preliminares. **Revista Lingüística** / Revista do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Rio de Janeiro. v.06, n. 2, 2010. Disponível em: <<http://www.letras.ufrj.br/poslinguistica/revistalinguistica>>. Acesso em: 04 jan. 2017.

BIDERMAN, M.T.C. Terminologia e Lexicografia, **TradTerm**, v.7, 2001, p. 153-181. Disponível em: <<http://www.journals.usp.br/tradterm/article/viewFile/49147/53230>>. Acesso em: 27 mai. 2017.

BITTAR, C.A. **Direitos do Consumidor: Código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro: forense Universitária, 1991.

BLOOMFIELD, L. **Language**. Londres: George Allen & Unwin LTD., 1933.

BOUTIN-QUESNEL, R.; BÉLANGER, N.; KERPAN, N.; ROUSSEAU, J.L. **Vocabulaire systématique de la terminologie**. Publications du Québec (Cahiers de l'Office de la langue Française), Quebec, 1985.

BRASIL, Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 26 mai. 2017.

_____, Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**: República Federativa do Brasil, Brasília, DF. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 26 mai. 2017.

_____, Lei n. 8.137, de 27 de dezembro de 1990. **Lei de sonegação fiscal**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8137.htm>. Acesso em: 09 out. 2017.

CABRÉ, M.T. **La Terminología: Representación y comunicación**: Elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística aplicada, 1999.

_____. **Terminology**: Theory, Methods and applications. Amsterdam /Philadelphia: J Benjamins Pub. Co, 1998.

_____. Theories of terminology: Their description, prescription and explanation. In: **Terminology**. 9:2. Amsterdam /Philadelphia: J Benjamins Pub. Co., p. 163-199, 2003.

_____. Morfología y Terminología. In: FELÍU, E. (ed). **La Morfología a Debate**. Jaén: Universidad de Jaén. p. 133-144, 2006.

CABRÉ, M.T.; FREIXA, J.; LORENTE, M.; TEBÉ, C. La terminología hoy: replanteamiento o diversificación. **Organon**, v. 12, n. 26, p.33-41, Porto Alegre, 1998.

CABRÉ, M.T.; FREIXA, J.; LORENTE, M.; TEBÉ, C., **Textos de terminólogos de la Escuela Rusa**, Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 2001.

CIAPUSCIO, G. La terminología desde el punto de vista Textual: Selección, tratamiento y variación. In: **Organon**, v. 12, n. 26, Porto Alegre, 1998.

_____. **Textos especializados y terminología**. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 2008.

COPI, I. M. **Introdução à Lógica**. Tradução de Álvaro Cabral. 2. ed. São Paulo: Mestre Jou, 1978.

CUNHA, A. G. da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. 3. ed., Rio de Janeiro: Lexikon, 2007.

DAHLBERG, I. Teoria do conceito. Tradução de Astério Tavares Campos. **Ciência da Informação**, v.7, n.2, p. 101-107, Rio de Janeiro, 1978.

DIKI-KIDIRI, M. Éléments de terminologie culturelle, **Cahiers du Rifal**, n. 26, p. 14-25, Quebec, 2007.

_____. **Terminologies Nouvelles**, n. 21, p. 27-31, Bruxelas, 2000.

DPDC, **Cartilha do consumidor**. Disponível em: <<http://www.procon.al.gov.br/legislacao/cartilhadoconsumidor.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2016.

FAUCONNIER, G. **Mental Spaces**: aspects of meaning Construction in Natural Languages. Cambridge University Press, 1984.

FAULSTICH, E. Socioterminologia: mais que um método de pesquisa, uma disciplina. **Ciência da Informação**, v.24, n.3, Brasília, 1995. Disponível em: <dgi.unifesp.br/sites/comunicação/pdf>. Acesso em: 19 jun. 2017.

_____. Aspectos de terminologia geral e terminologia variacionista. **TradTerm**, USP, v.7, p. 11-40, São Paulo: 2001. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/49140/53222>. Acesso em: 27 dez. 2017.

_____. A Socioterminologia na comunicação científica e técnica. In: **Ciência e Cultura**, v.58, n. 2, (online), 2006. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252006000200012>. Acesso em: 10 out. 2017.

FELBER, H. **Manuel de Terminologie**. Paris: UNESCO/InfoTerm, 1987.

_____. Prefácio. In: CABRÉ, M.T., et al., **Textos de terminólogos de la Escuela Rusa**, Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 2001. FERNANDÉZ, S.; FREIXA, J.; CABRÉ, M. T. La variación denominativa en terminología desde una perspectiva cognitivo-discursiva. In: Simpósio Iberoamericano de Terminología (RITerm 2008), 11, **Anais...** (online). Porto Alegre: Anais, 2008. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/riterm/esp/simposios_anteriores_2008.html>. Acesso em: 10 out. 2017.

FERNANDÉZ, S.; FREIXA, J.; CABRÉ, M. T. A cognitive approach to synonymy in Terminology. In: Brdar, M.; Raffaelli, I.; Žic Fuchs, M. (Orgs.). **Cognitive Linguistics between Universality and Variation**. Newcastle Upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2012.

FERRARI, L. **Introdução à linguística cognitiva**. São Paulo: Contexto, 2011.

FILLMORE, C. J. Frame semantics. In: **The linguistic society of Korea**. Linguistics in the morning calm. Korea: Hanshin Publishing Company, 1982.

FILOMENO, J. G. B. Disposições gerais. In: GRINOVER, A. P. et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

FREIXA, J. Causes of denominative variation in terminology: A typology proposal. **Terminology**, v.12, Amsterdam/ Philadelphia: J Benjamins Pub. Co, 2006.

_____. **La variació terminològica**. Anàlisi de la variació denominativa en textos de diferent grau d'especialització de l'àrea de medi ambient. 2002, 397f. Tese (Variació en el Llenguatge) – Universidade de Barcelona: Barcelona, 2002.

GAUDIN F. La socioterminologie. In: **Langages**, n.157, ano 39, La terminologie: nature et enjeux. p. 80-92, 2005.

GOMES, H. E. Estudo científico da Terminologia: Tendencias. **TradTerm**, USP, v.01, p.97-106, 1994. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/49953/54076>>. Acesso em: 27 mai. 2017.

GRINOVER, A. P.; BENJAMIM, A. H. V e; FINK, D.; FILOMENO, J. G. B.; WATANABE, K.; NERY JÚNIOR, N.; DENARI, Z. **Código brasileiro de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

HOFFMANN, L. Von Fachtext zur Fachtextsorte/Do texto especializado ao gênero textual especializado. In: FINATTO, M. J. B., **Textos e termos por Lothar Hoffmann**, Porto Alegre: Palotti, 2015.

_____. **Llenguatges d'especialitat**. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 1998.

KLIMOVITSKII, Ya. A.; KORSHUNOV, S. I. Introducción a D. S. Lotte. In: CABRÉ, M.T., et al., **Textos de terminólogos de la Escuela Rusa**, Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 2001.

KOSTINA, I. **La variación conceptual de los términos en el discurso especializado**. 2009, 591f. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada) – Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra: Barcelona, 2009.

KULEBAKIN, V. S., E KLIMOVITSKII, Ya. A. Los trabajos para elaboración de la Terminología científica-técnica en la URSS y la Escuela Terminológica Soviética. In: CABRÉ, M.T., et. al, **Textos de terminólogos de la Escuela Rusa**, Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 2001.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. **Metaphors we live by**. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

LAKOFF, G. **Women, fire, and dangerous things**. What categories reveal about the mind. Chicago: University of Chicago Press, 1987.

LATORRE, V.R.D. A dialética entre os extremos: da terminologia à Etnoterminologia. **Caderno Seminal Digital**. Rio de Janeiro, UERJ, v. 19, n. 19, ano 19, p.70-94, (especial) 2013. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/cadernoseminal/issue/view/732>>. Acesso em: 07 out. 2017.

LENZA, P. **Direito Constitucional Esquemático**. 16. ed. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2012.

LOTTE, D.S. La formación del sistema de terminos científico-técnicos. In: CABRÉ, M.T., et al., **Textos de terminólogos de la Escuela Rusa**, Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra, 2001.

MACIEL, A.M.B. **Para o reconhecimento da especificidade do termo jurídico**, 2001, 258f. Tese (Doutorado em Estudos da Linguagem) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2001.

_____. Quais são os rumos da terminologia no século XXI. In: Alves, I. M (Orgs). **As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia, terminologia**. v.03. Campo Grande: Editora UFMS; São Paulo: Humanitas, 2012.

MARCONDES, D. **Textos básicos de linguagem: De Platão a Foucault**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 2009.

MARTÍNEZ, S. M. **Estructuración conceptual y formalización terminográfica de frases en el subdominio de la oncología**. 2002, 611 f. Tesis (Doctorado) – Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Valladolid, Valladolid, 2002.

MOURA, W. J. F.; BESSA, L. R. **Manual de direito do consumidor**, Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2014.

NASCENTES, A. **Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa**. 1. ed., Rio de Janeiro, 1955.

NUNES, L.A.R. **Curso de direito do consumidor**. 7. ed., rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012.

OXFORD LATIN DICTIONARY. Great Britain: Oxford University Press, 1968.

RIOS, J. **A defesa do consumidor como instrumento de mobilização social**. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

RODRÍGUEZ BARCIA, S. **Introducción a la lexicografía**, Madri: Editora Sintesis, 2016.

ROSCH, E.; LLOYD, B.B. (Org.). Principles of Categorization. **Cognition and categorization**. p. 27-48, Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1978.

SANDRONI, P. **Novíssimo Dicionário de Economia**. São Paulo: Best Seller, 1999.

SILVA, De P. e. **Vocabulário Jurídico**, atualizadores: Nagib Slaibi Filho e Priscila Pereira Vasques Gomes. 31. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

TARTUCE, F.; NEVES, D.A.A. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. 3. ed. São Paulo: Método, 2014.

TEMMERMAN, R. **Towards new ways of Terminology description: the socicognitive approach**. Amsterdam/Philadelphia: J Benjamins Pub. Co, 2000.

ULLMANN, S. **Semântica: uma introdução à ciência do significado**. Tradução de J. A. Osório Mateus, 3. ed., Lisboa: Fundação Calouste Gulbernikian, 1964.

VILLA, M.A. **História das constituições brasileiras: 200 anos de luta contra o arbítrio**, São Paulo: Leya, 2011.

APÊNDICE A- Quadro de candidatos a termos recolhidos no corpus com colocação em frequência e número de frequência

Textos do corpus	Cartilha do jovem consumidor (2006)		Cartilha do consumidor – DPDC (1999)		Manual do Direito do Consumidor Almeida (2003)		Curso de Direito do Consumidor Rizzatto Nunes (2012)		Código de Defesa do Consumidor (CDC) (2016)	
	Colocação em frequência	Número de ocorrência	Colocação em frequência	Número de ocorrência	Colocação em frequência	Número de ocorrência	Colocação em frequência	Número de ocorrência	Colocação em frequência	Número de ocorrência
TERMOS ↓										
Consumidor	17	52	34	95	21	756	39	1834	24	87
Fornecedor	45	25	42	78	53	214	64	662	53	40
Vulnerabilidade	1249	1	-	-	401	22	1273	28	2074	1
Vulnerável	-	-	-	-	2095	4	2911	10	-	-
Princípio	-	-	2941	1	3190	2	147	256	-	-
Hipossuficiência	-	-	-	-	1151	8	1324	27	1723	1
Culpa	-	-	512	5	268	33	350	111	275	6
Dolo	-	-	-	-	531	18	1455	24	-	-
Vício	321	3	249	10	218	40	98	427	533	3
Defeito	397	2	170	14	341	26	172	222	528	3
Serviço	54	22	39	82	68	146	55	885	70	28
Serviços	32	32	55	52	57	194	66	628	37	58
Responsabilidade	281	3	314	12	89	104	116	323	154	11
Produto	31	32	21	146	56	200	54	981	49	42
Produtos	60	20	62	45	74	135	85	500	41	56
Abusivo	707	1	-	-	7638	1	977	38	-	-
Abusiva	176	5	373	7	170	51	291	133	228	7
Enganoso	-	-	-	-	-	-	953	39	-	-
Enganosa	290	3	297	9	180	49	331	118	218	8
Garantia	99	10	71	36	151	55	119	316	173	10
Oferta	1049	1	1381	2	130	64	164	227	162	10
Valor	192	5	64	41	208	42	144	262	132	13
Dano	-	-	150	16	219	39	90	468	175	9
Danos	368	2	176	14	113	17	122	306	82	21
Adequação	-	-	-	-	911	10	826	46	1524	1
Contrato	84	12	45	71	76	128	101	402	139	12
Aquisição	825	1	1007	2	945	10	714	54	-	-
Destinatário	421	2	1978	1	1031	9	1104	33	2131	1
Regra	-	-	456	2	252	35	202	194	-	-
Regras	-	-	397	7	566	17	394	101	587	3
Prazo	126	7	47	63	256	34	108	369	95	17
Consumo	86	12	224	11	55	210	94	52	60	37
Defesa	88	12	84	30	60	184	203	192	103	16
Bem	106	9	301	9	94	96	105	381	74	26
Tutela	-	-	-	-	69	141	520	72	313	5
Proteção	520	2	1391	2	72	139	162	228	122	14
Prejuízo	-	-	424	6	325	27	554	68	94	18
Compra	105	9	80	31	397	22	349	111	2000	1
Fornecimento	240	4	742	4	278	32	649	59	98	17
Norma	-	-	-	-	591	116	73	556	-	-
direito	110	9	72	36	66	147	56	856	128	14
Publicidade	173	5	218	11	79	111	107	370	93	18
Indenização	1519	1	318	8	466	20	159	238	183	9
Responsabilidade	281	3	314	12	89	104	116	323	154	11
Ônus	245	4	564	5	276	32	283	137	276	6
COMPOSIÇÕES										
Relação de consumo		3		3		14		37		-
Práticas abusivas		5		3		26		33		2
Acidente de consumo		0		-		3		45		-
Destinatário final		3		-		7		24		1

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE B – Quadro de termos menos frequentes no CDC que podem representar dificuldade ao consumidor

TERMOS MENOS FREQUENTES DO CDC QUE PODEM REPRESENTAR DIFICULDADE AO CONSUMIDOR					
ADJETIVOS		SUBSTANTIVOS		VERBOS	
TERMOS	FREQUÊNCIA	TERMOS	FREQUÊNCIA	TERMOS	FREQUÊNCIA
Coercitivo	1	Outorga	1	Aferir	1
Superveniente	1	Equidade	2	Obstar	1
Onerosa	3	Signatário	2	Impingir	1
Verossímil	1	Incolumidade	1	Auferir	1
Hipossuficiente	1	Pecuniária	1	Incorrer	4
Ostensivo	1	Fruição	3		
Indelével	1	Insolvência	1		
Compulsória	1	Congênere	1		
Atinente	1	Propositura	2		
Fiduciárias	1	Inadimplemento	3		
		Décuplo	2		
		Emolumento	2		

Fonte: Elaboração própria