

**PROPAGANDAS DE ESCOLA CONSTITUINDO SUJEITOS:
POR QUE O INGLÊS É IMPORTANTE?**

Angélica CAGNAN
(Orientadora): Profa. Dra. Carmen Zink Bolonhini

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo apresentar os elementos que compõem e sustentam o discurso de que a aquisição do inglês é um elemento essencial nos dias de hoje, principalmente na inserção profissional no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Análise do discurso materialista, aquisição do inglês, mercado de trabalho, mídia e propaganda.

Justificativa

“Porque o inglês ajuda a gente na hora de arrumar um emprego”, “Porque na seleção de uma empresa o inglês faz diferença”, “Para ficar mais fácil de arranjar um emprego”.¹

Durante os exercícios de conversação nas aulas de inglês ministradas por mim em uma escola particular de idiomas, pude perceber que o discurso recorrente nas frases acima é muito comum entre meus alunos quando eu questionava o motivo pelo qual estavam freqüentando um curso de língua inglesa.

¹ Respostas provenientes de perguntas que fiz aos meus alunos durante aulas de inglês ministradas por mim, em uma escola particular de línguas, no período de 03/09/2007 a 14/09/2007.

Na elaboração destas perguntas, tive receio de inibir e até mesmo direcionar as respostas dos meus alunos ao dizer-lhes que elas faziam parte da elaboração de um trabalho acadêmico; meu objetivo era obter as respostas mais espontâneas e livres de senso comum possíveis. Por este motivo, adotei a teoria de Labov e Waletzky (1979), a qual afirma que, para que uma narração ou resposta seja espontânea, o indivíduo deve estar à vontade na conversa, esquecendo-se que está sendo observado de alguma forma, como em um diálogo no cotidiano.

Com este objetivo, elaborei uma aula conversacional, a qual me permitia, em um certo momento em que todos estavam descontraídos e à vontade, fazer minhas perguntas de forma natural, sem parecer que era uma pesquisa. Nos últimos minutos da aula, eu revelava a eles que muitas das perguntas feitas durante a aula faziam parte do meu projeto e, então, eu pedia autorização para usar suas respostas. Assim, logo no término da aula, eu transcrevia todas as respostas dos meus alunos da maneira mais fiel possível.

Todas as minhas anotações que aqui descrevi, estão no final deste trabalho.

Uma observação a ser feita é que, entre a maioria dos alunos adolescentes, a resposta foi que começaram a estudar inglês porque apenas os pais queriam. Quando eu lhes pedia para justificar o motivo que os pais lhes davam para freqüentar o curso desta língua, os alunos simplesmente respondiam: “ahhh... porque ajuda a conseguir um emprego mais fácil”.

Desta observação, segue um fato que pode ilustrá-la²: a mãe de uma aluna, aos prantos, um dia me ligou dizendo: “eu vi as notas da Maria³. Não sei o que faço com ela. Eu já disse pra ela que eu quero que ela dê valor pras coisa e pegue firme! A escola só não adianta. Tem que estudar bastante e aprender o inglês, porque a mãe não quer ver você limpando a privada da casa dos outro”.

Das poucas experiências que descrevi aqui, todas elas têm algo que chamou muita a atenção: a grande maioria das pessoas atribui ao inglês uma grande importância, sendo ele um elemento facilitador ou até mesmo restritivo no mercado de trabalho. (Pennycook, 1994; Rosa, 2003).

Alastair Pennycook, no primeiro capítulo de “The cultural politics of English as an international language: The Word in English” (1994), faz considerações sobre a disseminação do inglês no mundo.

Pennycook afirma que as causas e efeitos desta disseminação são geralmente considerados e relegados a uma perspectiva funcionalista não tão diferenciada da opinião de Hindmarsh, que diz que o mundo escolheu o inglês porque assim quis. Assim, este autor conclui que a disseminação do inglês é considerada natural, neutra e vantajosa.

É considerada natural porque, embora possa haver algumas referências críticas à imposição colonial do inglês, a sua subsequente expansão é vista como resultado de uma força global inevitável. É vista como neutra porque o inglês é considerado um meio neutro e transparente de comunicação. É considerado vantajoso pois, uma visão mais otimista que a comunicação internacional assume que isto ocorre em um equilíbrio cooperativo e justo.

Diante do exposto por Pennycook neste capítulo, considera-se que a disseminação do inglês possa ser natural, neutra e vantajosa e que esta concerne mais questões da descrição lingüística do que da linguagem, cultural e política. Contrastando com isto, Pennycook propõe uma revisão mais crítica a respeito do inglês no mundo e tem mostrado que o inglês está ligado com o poder

² Eu já havia tentado entrar em contato várias vezes com a mãe desta minha aluna, para deixar-lhe ciente do rendimento insatisfatório de sua filha. No entanto, um dia ela me ligou começando a conversa com a fala a qual expus. Eu a achei muito interessante, pois ela justifica o motivo pelo qual muitos pais matriculam seus filhos em cursos de aquisição do inglês e este motivo segue a mesma linha de raciocínio das respostas que obtive nas perguntas que fiz aos meus alunos durante aulas de conversação. Da mesma forma, assim que terminou esta ligação, transcrevi as partes da conversa que eu julgava interessante para este trabalho (as quais estão escritas no final deste), com a prévia ciência desta mãe.

³ Nome fictício para preservar a identidade da aluna.

econômico e social entre as nações, com a difusão global de formas particulares de cultura e conhecimento. O inglês como língua internacional pode ser entendida como uma construção discursiva; mais do que sendo algum objeto de categoria descritiva, o inglês é um sistema inteiro de relações de poder/conhecimento o qual produz entendimentos muito particulares do inglês e do ensino de inglês, de acordo com o autor.

Observando por outra perspectiva, temos a teoria da Análise de Discurso materialista (Orlandi, 2006), a qual afirma que a linguagem é a mediação necessária entre o homem e a realidade social. Esta mediação é feita pelo discurso, ou seja, pelas práticas discursivas nas quais o homem se insere, sendo capaz de significar e significar-se. O discurso torna possível tanto a permanência e a continuidade, quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade na qual vive, afirma Orlandi.

Desta forma, ao constituir o discurso como seu objeto, a AD relaciona a linguagem à sua exterioridade: não trabalha com a língua enquanto sistema abstrato, mas com a língua no mundo, com homens expressando-se oralmente e por escrito, falando produzindo sentidos, enquanto sujeitos e enquanto membros da sociedade. Em consequência a AD, de acordo com a autora, considera-se o lingüístico como parte da prática do discurso e vê a história e a sociedade como indissociáveis do fato que significam. Ela trata o discurso como palavra em movimento, prática de linguagem. A língua deve fazer sentido enquanto trabalho simbólico, que significa a partir do trabalho social, constitutivo do homem e da sua história. A linguagem deve ser entendida como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social (cf. Orlandi 2006).

No âmbito destas observações, busco neste trabalho, portanto, apresentar os elementos que compõe e sustentam o discurso de que a aquisição do inglês é um elemento essencial para que uma pessoa que deseja concorrer com igualdade uma vaga de ingresso triunfante no mercado de trabalho.

Análise parcial dos dados

Desta última afirmação de Orlandi, podemos afirmar que a importância dada à aquisição do inglês atualmente está ligada a fatores históricos e sociais.

Destes fatores históricos e sociais, Marli Aparecida Rosa em sua tese de mestrado em 2003, faz considerações muito pertinentes à questão discutida neste trabalho.

Para explicar a questão do inglês como intensificador da empregabilidade⁴ do indivíduo, Rosa parafraseia as afirmações de Alves (2001). O autor faz menção aos anos do pós-guerra, quando o Fordismo⁵ balizava para a promessa de uma integração social das massas.

Assim, segundo Rosa, apesar da lógica econômica ter passado por uma transformação, no nível do discurso foram mantidos os discursos sobre a “relação imaginária entre qualificação e empregabilidade” (Rosa, 2003, pág. 63), pregados pelo Toyotismo⁶, que defende o novo tipo de funcionário, que possui diversos tipos de conhecimentos para poder desenvolver tarefas múltiplas e variadas. Com isso, torna-se desnecessário a empresa contratar vários funcionários, pois com apenas um bem qualificado, poderá executar diversas funções; obviamente, isso é vantajoso para a empresa, pois ela, com um número de funcionários reduzidos, mas bem qualificados, irá ter menos despesas e irá continuar produzindo na mesma quantidade., afirma a autora.

Com isso, podemos entender que, no capitalismo, a qualificação do trabalhador é fundamental e, essa qualificação ocorre fora do local de produção, pois ela terá lugar privilegiado na escola (idem, pág. 48). Sendo assim, Rosa cita Lima (1969, pág. 203), o qual fez uma analogia entre a escola e uma empresa, pois para ele, todo fenômeno educativo moderno está ligado ao processo de produção. Por outro lado, Lima considera que a ascensão no sistema de produção em uma empresa “passa necessariamente pelo sistema escolar”. Dessa forma, “a relação entre empresa e escola tende se estreitar.” (idem, pág. 49) .

Um dos fatos que explicam a importância da aquisição do inglês para o mercado de trabalho é a mundialização do capital. Como Pennycook (1994) afirma através de seus exemplos, o inglês é uma língua predominante mundialmente e, devido à mundialização do capital, o inglês passou a ser a

⁴ Rosa cita o conceito de empregabilidade de Alves (2001): “capacidade de um indivíduo ser empregável, ser absorvido pelo mercado de trabalho” (pág. 62)

⁵ Conjunto das teorias sobre administração industrial, criadas pelo industrial e fabricante de automóveis Henry Ford (1863-1947), que revolucionou a indústria automobilística na primeira metade do século XX. Uma das principais características do Fordismo foi o aperfeiçoamento da [linha de montagem](#). Os veículos eram montados em esteiras rolantes que se movimentavam enquanto o operário ficava praticamente parado, realizando uma pequena etapa da produção, desta forma, não era necessária quase nenhuma qualificação dos trabalhadores. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Fordismo>)

⁶ Modo de organização da produção capitalista que se desenvolveu a partir da [globalização](#) do [capitalismo](#) na década de 1950. Surgiu na fábrica da Toyota no [Japão](#) após a [Segunda Guerra Mundial](#). Sua filosofia é elevar a produtividade sem aumentar a produção. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Toyotismo>)

língua predominante nas relações econômicas, o que conseqüentemente, levou o mercado de trabalho a exigí-la.

Neste ponto, é importante voltarmos nossa atenção para a terceirização do ensino de línguas, ou seja, os centros particulares especializadas no ensino de línguas estrangeiras e, como era de se esperar, principalmente no ensino do inglês. É de se questionar o motivo pelo qual os centros de ensino de língua estrangeira, sobretudo do inglês, são tão procurados sendo que na escola convencional o ensino dessa língua é oferecido gratuitamente, no caso das escolas públicas. É neste momento que entra em ação o papel da mídia e da propaganda.

A mídia agiria como construtora da ideologia da necessidade da aprendizagem do inglês, para a facilitação da inserção do sujeito no mercado de trabalho. A mídia, na realidade, salienta com exatidão a necessidade de o indivíduo *consumir* um conjunto de novas competências através de cursos de requalificação profissional entre eles, os de inglês. Na verdade, o que ocorre é uma operação ideológica, pois atribuir apenas ao indivíduo a responsabilidade do seu possível fracasso em sua inserção profissional caso não *consuma* os produtos oferecidos para sua qualificação profissional. Alves (2001), citado por Rosa, afirma que se trata de um “poderoso recurso da psicologia do neoliberalismo de “culpabilizar” as vítimas”. (Rosa, 2003, pág. 63).

Tanto a propaganda como a mídia estabelecem o que pode e o que deve ser dito sobre determinado produto. No caso dos produtos relacionados à língua inglesa, seu consumo tem por base a promessa da empregabilidade: o inglês é vendido por meio da imagem de “chave mágica que abre as portas do mundo” (Grigoletto in Rosa, 2003, pág. 66), ou como capacitadora do indivíduo. Isso é o que podemos perceber ao voltarmos nossa atenção para alguns slogans dos cursos de inglês:

Wizard- Inglês com *liderança*

Fisk – Aqui seus *sonhos* podem se realizar

CNA – Faça inglês no CNA e *mude o roteiro da sua vida*

SKILL – Você enxerga *oportunidades de negócios* onde todos vêem um excelente curso de inglês e espanhol? Faça SKILL⁷

As propagandas de cursos de inglês também veiculam essa língua como mercadoria de necessidade material que não é atendida pela escola pública, principalmente, e nem pela privada. Como conseqüência, boa parte dos jovens, em especial os da classe menos favorecidas, já entram na escola convictos que estão em desvantagem, pois o inglês ali ensinado é tido, na sociedade, como “básico demais”, mesmo que não o seja.

⁷ -Todas as ênfases são minhas.

- Esses slogans foram colhidos dos sites oficiais destas escolas, no dia 06/11/2007.

Orlandi (2006) explica que o que falamos é afetado pela língua e pela história, pois os sentidos não estão somente nas palavras, mas na relação com a exterioridade, nas condições em que eles são produzidos e que não dependem unicamente das intenções dos sujeitos. Para a AD, a linguagem está materializada na ideologia e a ideologia se manifesta na língua, pois não há discurso sem sujeito, sujeito sem ideologia, nem sujeitos e sentidos estão completos. O discurso é o lugar possível no qual se observa esta relação entre língua e ideologia. Ao mesmo tempo, a AD tenta entender como os objetos simbólicos produzem sentidos, isto é, como eles estão investidos de significância para e por sujeitos, afirma Orlandi.

Portanto, a mídia consegue manter o imaginário de que o inglês da escola pública não atende às demandas do mercado de trabalho, solidificando a ideologia da suposta importância do aprendizado do inglês. Além disso, manter este imaginário é de interesse não só das escolas de línguas, mas também da mídia, para que ela possa continuar favorecendo seus clientes (escolas particulares de idiomas) e, conseqüentemente, beneficiar-se.

Conclusão

Diante da observação dos elementos expostos, é possível apontarmos conclusões a respeito tanto do discurso da mãe⁸ quanto dos filhos⁹.

Quando a Mãe me diz que sabe que é necessário que a filha estude inglês pois “a escola só não adianta (...)” e que “tem que estudar bastante e aprender o inglês”, pois a mãe não quer ver a filha “(...) limpando a privada da casa dos outro”, ela expõe claramente o discurso Fordista, no qual está embutida a idéia de que se o indivíduo não procurar formas de qualificar-se ao máximo, suas possibilidades de empregabilidade serão mínimas. Ancorado a isto está o discurso no qual as propagandas de escolas de línguas fundamentam-se, buscando persuadir o indivíduo de que se ele não consumir o “produto curso de inglês” ele não terá muitas oportunidades de vencer no mercado de trabalho, já que um curso de inglês pode ser “uma excelente oportunidade de negócios”.¹⁰ Portanto, com este discurso, a mãe afirma, de maneira implícita, que o sucesso profissional¹¹ de sua filha está diretamente ligado com sua requalificação profissional em que o inglês está inserido.

⁸ Vide pág. 2 deste trabalho.

⁹ Vide exemplos no final deste trabalho, em “Trechos Relevantes das Entrevistas com os Alunos”.

¹⁰ Alusão à propaganda da escola SKILL.

¹¹ Entenda-se aqui “sucesso profissional” como participar do mercado de trabalho exercendo profissões que denotam status ao indivíduo.

Desta mesma forma, ao dispensarmos nossa atenção ao discurso dos alunos, é possível verificarmos elementos que também estão presentes do discurso da Mãe. Quando o aluno diz que “o inglês ajuda a gente no mercado de trabalho hoje em dia.. em qualquer entrevista de emprego, eles preferem aquele que sabe falar inglês. Se você não sabe inglês você é analfabeto...”, expõe de maneira evidente que o mercado de trabalho busca profissionais mais qualificados, os quais serão capazes de desempenhar diversas atividades substituindo outras mãos-de-obra, barateando a produção tornando possível o aumento da margem de lucro do empregador.

Da resposta deste aluno, a parte em que ele conclui dizendo que quem não souber o inglês é um “analfabeto”, merece atenção. Segundo o dicionário Houaiss, analfabeto é “que ou aquele que desconhece o alfabeto; que ou aquele que não sabe ler ou escrever; que ou aquele que não tem instrução primária”. Deste modo, este aluno re-significa o sentido de “analfabeto”, para designar como é visto o indivíduo que não sabe inglês perante o mercado de trabalho.

Devido à mundialização do capital, o inglês passou a ser a língua predominante nas relações econômicas, o que conseqüentemente, levou o mercado de trabalho a exigí-la. Sendo assim, para sua inserção no mercado de trabalho, o indivíduo deve saber o inglês, sendo este um elemento facilitador ou de impedimento para ele.

Portanto, de tudo exposto, podemos concluir que a ideologia da pseudo-importância da aprendizagem do inglês é legitimada por diversos campos: políticos, históricos, culturais, através de estratégias psicológicas as quais envolvem o sujeito de forma a qual ele não perceba.

Referências Bibliográficas:

- LABOV, W., & WALEZTKY, J. Native analysis: oral versions of personal experience. In J. Helm (ed.). *Essays on the Verbal and Visual Arts*. Seattle, University of Washington Press, 1967, p.12-44.
- ORLANDI, E.P. ORLANDI, Eni “Análise de Discurso: princípios e procedimentos, 7ª Edição, Campinas, SP: Pontes, 2006.
- PENNYCOOK, A. *The cultural politics of English as an international language: The word in English* – New York: Longman Publishing, 1994. p. 1-35
- ROSA, M. A. *A Relação Entre Domínio da Língua Inglesa e Empregabilidade no Imaginário Brasileiro em Tempos de Mundialização do Capital (“Globalização”)*. Campinas, SP : [s.n.], 2003
- Orientadora: Carmen Zink Bolognini
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem.

Trechos relevantes das entrevistas com os alunos

Turma 01- alunos entre 17 e 33 anos

1- Vocês gostam de estudar inglês?

A- Não! O inglês é muito chato... É muita regra.... ahh... é muito difícil!

Eu: Mas o português também tem bastante regrinhas.. Qualquer língua tem as suas normas gramaticais, é através delas que a gente consegue se entender. Se não tivesse essas regras, cada um falaria do seu jeito e depois de certo tempo o “povo” não iria se entender.

B- Ah... mas é muito difícil mesmo.. Tem hora que dá um nó.... No final de semana eu nem quero saber de estudar inglês.. Enche muito o saco.
(risos)

Eu: (risos)

C- Eu até gosto de estudar inglês, só não gosto de quando tem que decorar regrinha...

Eu: Ai meu Deus.. Gente, é muito legal estudar inglês! A gente pode falar com outras pessoas, de culturas diferentes, a gente pode entender elas.. Quando a gente começa a falar que é legal! E o que vocês acham, hein D e E???

D- Eu faço inglês porque a minha mãe quer... só por isso!

E- Eu também não gosto de inglês, só estudo para ajudar no trabalho....

Eu : Ahhh.. tá então **Por que vocês estudam inglês porque gostam ou precisam?**

A- Eu estudo pra ajudar a arrumar um emprego bom.
(silêncio)

Eu: Gente! Eu fiz uma pergunta... vocês não vão falar comigo? Vou ficar falando com as paredes?

B- Ahh.. eu acho que é mais isso Angélica, o inglês ajuda a gente no mercado de trabalho hoje em dia.. em qualquer entrevista de emprego, eles preferem aquele que sabe falar inglês. Se você não sabe inglês você é analfabeto...

C- É verdade! Você tem que saber inglês e mexer no computador.

Eu: Então vocês acham que **o inglês vai facilitar algo na vida de vocês?**

D: É o que a minha mãe diz...

B: Na verdade esta é a realidade... Quem sabe inglês tem mais chances de arrumar um bom emprego.

Turma 02- alunos entre 13 e 14 anos

Eu: Gente.. e porque vocês estudam inglês? Vocês gostam?

A- Eu estudo porque a minha mãe me obriga.

B- E eu estudo porque o meu pai quer.. Mas eu acho que ele faz isso para o meu bem, porque o inglês ajuda a gente na hora de arrumar um bom serviço.

C- Eu estudo porque gosto. Eu até tenho que ficar insistindo com o meu pai para eu continuar fazendo inglês.

Eu: Que legal... mas você tem vontade de aprender outra língua?

D- Ahh.. eu acho francês bonito...

A- Eu queria aprender japonês..

B- Eu também.. Japonês deve ser muito massa..

Eu: E porque vocês não escolheram fazer curso destas línguas primeiro?

A: Porque a minha mãe insiste que eu tenho que aprender inglês

C- Porque o inglês é mais importante hoje em dia

Eu: importante?

B- é...ele ajuda a arrumar um bom emprego.

Turma 04 – alunos entre 17 e 26 anos

Eu: Pessoal, vocês gostam de estudar inglês?

A- Antes eu não gostava, mas agora estou gostando.. até eu é legal.

Eu: Ahh. Tá... E por que você começou a estudar inglês?

A- Porque na seleção de uma empresa o inglês faz diferença... Se um cara tem inglês e o outro não e os dois são bons, vão escolher o cara que sabe inglês, porque o inglês ajuda a gente na hora de arrumar um emprego

B- É mesmo... Eu não gosto do inglês, mas quando penso nisso... Aí a gente tem que estudar inglês

C- É... eu também estudo para ficar mais fácil de arranjar um emprego, NE...

D- E vocês??? Não vão falar comigo???

Ah. Eu acho que é mais ou menos isso. Hoje em dia o inglês é muito importante!