

# A LEGITIMAÇÃO DO CONSTRUCTO DO FALANTE NATIVO NO PROCESSO DE COMODITIZAÇÃO DA LÍNGUA INGLESA

Allan Cordeiro da Silveira (UFF)  
[allancordeiro2@hotmail.com](mailto:allancordeiro2@hotmail.com)

## RESUMO

As trocas transnacionais têm se intensificado em grande parte do globo, bem como a mercantilização da língua inglesa, impactando no ensino de idiomas globalmente. O principal objetivo deste trabalho é refletir criticamente sobre as mudanças dos discursos do inglês como língua franca em um contexto de globalização educacional, com ênfase na idealização prestigiosa da persona do falante nativo do inglês, tendo em vista seus elementos simbólicos comercializáveis agregados de mentalidade neoliberal. Uma análise qualitativa foi realizada em dois anúncios de ofertas de ensino de língua inglesa tendo em vista construtos teóricos de escalas, cronotopos, indexicalidade e policentricidade. Os resultados apontam que elementos do discurso do mito do falante nativo estão presentes nos materiais analisados e acabam fomentando diversas tensões entre falantes nativos e falantes não nativos, mesmo com a tendência de descentralização da legitimidade da língua inglesa e do ensino de língua em um contexto policêntrico global. A hipervalização de experiências transnacionais pela elite econômica alimenta o imaginário da legitimidade do falante nativo, que se reifica como um produto de alto valor e prestígio no mercado.

### Palavras-chave:

Legitimidade linguística. Inglês como Língua Franca.  
Mercantilização da língua inglesa.

## ABSTRACT

Transnational relations have intensified in the globe, as well as the commoditization of the English language, impacting language teaching globally. The main aim of this work is to critically reflect on the changes in the discourses of English as a Lingua Franca in the context of educational globalization, with an emphasis on the prestigious idealization of the persona of the English native speaker, considering its aggregated marketable symbolic elements of neoliberal mentality. A qualitative analysis was carried out in two advertisements offering English language teaching and training given theoretical constructs of scales, chronotopes, indexicality, and polycentricity. The results show that elements in the speech of the native speaker myth are present in the analyzed materials and end up fomenting several tensions between native speakers (NS) and non-native speakers (NNS), even with the tendency to decentralize the legitimacy of the English language learning and teaching in a polycentric context. The hypervalization of transnational experiences by the economic elite feeds the imagery of the native speaker legitimacy, which is reified as a product of high value and prestige in the market.

### Keywords:

Linguistic legitimacy. English as a lingua franca.  
Commodification of the English language.

## 1. Introdução

A expansão da língua inglesa tem gerado uma robusta literatura na linguística aplicada tendo em vista o processo de globalização em diversas partes do mundo. BLOMMART (2010, p. 13) compreende “globalização” como “aumento das relações humanas e financeiras em todo o mundo, impulsionado pelo avanço tecnológico no campo da mídia e da informação que a humanidade conquistou nos últimos séculos”. Na mesma linha, Santos (2000, p. 23) entende que esse fenômeno é “o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista”, em uma visão mais pessimista, pois deveria ser mais humanista para promover de forma mais solidária as relações humanas. A globalização não é “linear” tampouco “universalmente experienciada” de acordo com Coupland (2010, p. 5), ou seja, trata-se de um fenômeno dinâmico que pode ser concebido por meio de escalas, intensidade e escopo e que não deve ser excluído dos projetos político-econômicos contemporâneos (BLOMMART, 2010).

Para Fairclough (2006), a linguagem está vinculada ao fenômeno da globalização por meio de redes de influência e contatos (*networking*) que transcendem o espaço em um fluxo representativo do discurso. O papel do discurso, que se expressa em diferentes formas, se projeta na língua para legitimar ações governamentais. O discurso pode representar conceitos de forma errônea e que podem justificar a hegemonia de um idioma perante o outro. Como consequência desse processo, criam-se mitos acerca de representações semióticas de um mundo segundo às normas ditadas por entidades dominantes. Esse discurso é o mais conveniente para as economias capitalistas hegemônicas, pois se baseia em mercados que experimentaram um processo de liberalismo econômico, segundo o qual o estado deve interferir no mínimo na economia. Fairclough (2006) afirma que os estados mais poderosos, políticos influentes, agências internacionais<sup>1</sup>, empresas privadas adotaram esse tipo de política, tendo como países precursores os Estados Unidos da América e o Reino Unido.

Esses dois centros polarizadores são responsáveis pela divulgação da língua inglesa por meio de produções cinematográfica, materiais didáticos, internet, jornais, ciência, dentre outras entidades. De acordo com

---

<sup>1</sup> Algumas dessas agências são: o Banco Mundial, o Fundo Monetário Internacional (FMI), a Organização Mundial do Comércio (OMC), a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), dentre outros (FAIRCLOUGH, 2006).

Moita Lopes (2008), o inglês funcionava quase como uma língua missionária, uma conversão religiosa, no sentido de ofertar a esses povos a oportunidade de se tornarem bilíngues e gozarem de uma vida cheia de oportunidades, um passaporte para um mundo novo. Na África anglófono, 90% do trabalho educacional estava nas mãos de missionários que trabalhavam para diferentes denominações religiosas segundo Phillipson e Skutnabb-Kangas (2013). A manutenção do imperialismo educacional atual depende das exportações de produtos educacionais e da língua inglesa como um produto pelos estadunidenses e britânicos, isso se reifica em exames internacionais, livros didáticos, *know-how* e professores nativos. (PHILLIPSON; SKUTNABB-KANGAS, 2013, p. 502).

Essa marca da contemporaneidade pós-nacional é característica desse processo de multilinguismo que tem ocupando espaço nos projetos políticos e se configurando no mercado como uma vantagem competitiva perante o outro, uma característica que agrega valor à existência do ser e a sua identidade dentro de um contexto contemporâneo marcado pela superdiversidade (VERTOVEC, 2007) e pela relações econômicas entre sujeito, vendas, *commodities* e lucro (DUCHÊNE; HELLER, 2012). Esta perspectiva multilíngue e multicultural está de acordo com o processo de mercantilização do inglês em um cenário de um capitalismo neoliberal. A língua inglesa tem sido tratada e comercializada como uma *commodity*, um “item de exportação”, e movimenta um total de mais de £10 bilhões de libras, ou mais, na economia do Reino Unido, de acordo com Lord Neil Kinnock (GRADDOL, 2006). No Brasil, o grupo de mídia e educação britânico Pearson comprou o Grupo Multi<sup>2</sup>, por 1,7 bilhão de reais (440 milhões de libras) de acordo com Antonioli (2013). Segundo a autora, a empresa está se reorganizando para dar ênfase em serviços digitais e em economias que estão se expandindo. Ainda segundo a reportagem, o Brasil tem um mercado para o idioma inglês ainda em crescimento e avaliado em mais de 2 bilhões de libras, o quarto maior do mundo.

Apesar da escassez de recursos financeiros, mais de um bilhão de pessoas aprendem inglês, sendo o número de não nativos superior ao de nativos do idioma de acordo com Moita Lopes (2008). Tratar a língua inglesa com um produto de exportação faz parte de estratégias de grupos hegemônicos e pode ser vista como uma forma de capital simbólico

---

<sup>2</sup> O Grupo Multi foi fundado em 1987 e possui as marcas Wizard, Yázigi, Microlins e Skill. A empresa ostentou um lucro de 42 milhões de libras em 2012. Trata-se da maior rede de ensino de idiomas no Brasil.

(BOURDIEU, 1998) que consolidam relações de poder por meio da atribuição do elevado valor social que essa língua adquire.

O aumento do número de instituições educacionais que se autointitulam “escolas bilíngues” é notório no país. Rajagopalan (2005) afirma que, em determinados setores da sociedade, quem não fala inglês ou procura adquirir proficiência nessa língua se torna rapidamente obsoleto. O prestígio da língua inglesa colabora para a formação de uma elite econômica nacional no caso do Brasil, pois as escolas privadas mais bem equipadas não estão disponíveis para grande parte da população. Segundo Nogueira *et al.* (2008), falar inglês e participar de programas de mobilidade internacional é uma forma de se distinguir academicamente na sociedade brasileira. Assim, ter esse privilégio se torna uma vantagem competitiva quando se está inserido em um contexto neoliberal, tendo em vista a tendência de desvalorização e inflação dos diplomas, pois os grupos economicamente mais privilegiados precisam disputar as oportunidades de emprego entre eles mesmos e tornam essa competição inatingível para pessoas fora desse círculo (HALSEY *et al.*, 2009). Esse grupo seletivo se enquadra no que Ball (2010) classifica como a Classe Média Global<sup>3</sup> (CMG), um novo grupo de pessoas que surgiu devido a intensificação do processo de globalização. Esse grupo tem relações com grandes corporações multinacionais e fomentam valores cosmopolitas e mobilidade entre nações, ou seja, a CMG tem uma orientação internacional e multicultural (BALL, 2010). Essa elite econômica dispõe de acesso a intercâmbios culturais e viagens internacionais ao valorizar essas experiências cosmopolitas, bem como a cursos livres de idiomas de qualidade (no Brasil e no exterior) e escolas internacionais ou bilíngues. Segundo Windle e Nogueira (2015, p. 186), ter acesso a esses serviços e oportunidades é um fator de distinção exclusivo e capital cultural. A tendência é a terceirização do ensino de idiomas que tem lucrado cada vez mais com a venda de produtos relacionados à língua que prometem resultados robustos em pouco tempo.

Essa busca se relaciona com o desejo de se tornar um cidadão global. Byram (2008) afirma que “tornar-se internacional” é um complemento aos valores, comportamentos, crenças e uma extensão do que se concebe identidade nacional e a necessidade de ser aceito em determinados ciclos sociais. Esse desejo não está disponível para todos, pois acarreta reavaliação de crenças, valores e atitudes perante ao mundo,

---

<sup>3</sup> *Global Middle Class (GMC).*

além de ter um preço alto que está além das fronteiras para a maioria da população no Brasil. O inglês é a moeda de troca nos ambientes frequentados pela elite econômica, é onde a “natureza não democrática do inglês” fica mais presente (WINDLE; NOGUEIRA, 2015, p. 187). A reprodução de um estilo de vida de seres bem-sucedidos é retratada em diversos livros didáticos, que são impressos em países do Norte Global e exportados internacionalmente para perpetuar práticas. O desejo de se tornar internacional e a necessidade de ser multilíngue são tendências, por vezes uma exigência, tendo em vista os crescentes números de imigrantes em todo o mundo e um desafio para a crescente produção acerca do tema relacionado à internacionalização da educação.

## 2. *Transculturalidade*

Um conceito basilar relacionado ao fenômeno da globalização é o de transculturalidade; Welsch (1999) afirma que ela é uma consequência da complexidade interna das sociedades, das relações por meio da qual a cultura interage com processos de contatos e mesclas culturais. O autor sugere que o termo transculturalidade abarca tanto os conceitos de interculturalidade e o de multiculturalidade, que implica uma interligação de culturas tendo em vista fenômenos mais amplos e complexos, tais como a hibridização e a imigração. Se as culturas fossem concebidas como ilhas, não seria possível se livrar nem do problema de suas coexistências nem de sua cooperação, a visão de “cultura como ilhas” é falaciosa e incorreta, pois as culturas estão em permanente contato e seus membros são culturalmente híbridos (WELSCH, 1999).

A questão da identidade está diretamente relacionada às experiências culturais de cada indivíduo dentro do fenômeno da globalização. Hall *et al.* (2014, p. 20) afirma que a “identidade” ou a “crise da identidade” sinaliza ser característica da modernidade tardia (GIDDENS, 1999). Essa crise está relacionada com o distanciamento da identidade no âmbito comunitário que pode levar ao aparecimento de novas posições identitárias ou ao fortalecimento de culturas locais. Hall *et al.* (2014) cita o desmantelamento da União Soviética como exemplo de afirmação identitária de diversos grupos étnicos e de busca de identidades apagadas, o comunismo deixaria de existir e os conflitos locais passaram a substituir esse vácuo. Um exemplo de afirmação identitária é o renascimento celta com os movimentos nacionalistas no Reino Unido ganhando força, como no País de Gales (Cymru). Outro exemplo é o caso do idioma

Manx, falado na Ilha de Man, que era uma língua morta em 1975 e passou por um processo de revitalização. Ó Hifeárnáin (2015, p. 60) afirma que idiomas amplamente falados têm comunidades de fala delimitadas pela prática social e pela ideologia da linguagem, línguas como o Manx ilustram exemplos de limites muito porosos que são norteados, principalmente, pela competência linguística. Embora grande parte dos ativistas do Manx cite seu orgulho por sua própria herança e afirmem possuir profundas raízes em sua cultura, como seus próprios fatores motivacionais iniciais, cada núcleo também tem membros que tinham pouca ou nenhuma conexão com o país antes de começar a estudar o idioma. Por outro lado, idiomas minoritários como o gaélico escocês, que estão em um estágio muito inicial da institucionalização, têm muito mais limites no que concerne à comunidade e rede social. Em suma, as comunidades estão aprendendo a lidar com a fragmentação do presente buscando no passado a reafirmação de sua identidade.

Essa crise identitária fortalece a hegemonia linguística de grupos mais consolidados dentro do sistema capitalista e os países anglófonos do Norte Global têm vantagens competitivas. A maioria das revistas científicas e periódicos de impacto no meio acadêmico é escrita em língua inglesa, bem como a maioria dos dados compilados em *websites* das maiores corporações multinacionais. Publicar em periódicos de língua inglesa é quase uma “validação” do trabalho realizado, pois eles são “os melhores” na área segundo Altbach (2004, p. 11). A língua inglesa atinge um nível elevado de abrangência e de relevância, sendo a segunda língua de muitos países. Diversas nações usam a língua inglesa como idioma principal de instrução, por exemplo, Índia, Paquistão, Cingapura, Etiópia e muitos países da África anglófona. Altbach (2004, p.10) afirma que muitas universidades enfatizam a necessidade de seus professores e pesquisadores lecionarem e publicarem em inglês, o que confere mais prestígio à língua inglesa. Muitos institutos já têm em seu currículo diversos cursos ofertados em língua inglesa em países como o Brasil, o Japão, a Holanda, a Alemanha, dentre outros. Essa é uma estratégia para atrair estudantes estrangeiros e investimentos financeiros de agências de fomento nacionais e internacionais.

Essa expansão da língua inglesa se dá fora dos círculos de Kachru (*Inner, Outer e Expanding Circles*) (1992)<sup>4</sup> de forma mais híbrida e mul-

---

<sup>4</sup> As nações do Círculo Interno (*Inner Circle*) são, por exemplo, o Reino Unido, os Estados Unidos, a Austrália, a Nova Zelândia, a Irlanda, o Canadá anglófono. As nações do Círculo Externo (*Outer Circle*) são, por exemplo, a Índia, a Cingapura, a Nigéria dentre outros.

ticultural, apesar do policentrismo desse idioma, a influência dos padrões normativos da língua ainda emanam do Círculo Central. Essa predominância foi, por vezes, imposta militarmente, culturalmente e politicamente durante o processo de colonização em todo o mundo. Está em andamento um audacioso projeto de neocolonização por meio da língua inglesa sob a égide de uma promoção da diversidade cultural e do multilinguismo (BLOMMAERT *et al.*, 2005). Seguindo uma linha de pensamento mais globalista, tem se observado uma produção robusta de literatura sobre o assunto no sentido de usar o termo “global English” (JENKINS, 2006; O’REGAN, 2014; KUBOTA, 2015, IVES, 2006; MUFWENE, 2010).

O “inglês global” foi definido por Phillipson (2004) como “a língua do império neoliberal servida pelo sistema financeiro global quaisquer que sejam as consequências para outras culturas e língua. Esta visão não é muito diferente do entendimento sobre “imperialismo linguístico” apresentada por Phillipson (1992), que afirma que:

[...] o domínio do inglês é confirmado e mantido pelo estabelecimento e pela contínua reconstituição de desigualdades culturais e estruturais entre o inglês e outras línguas. Aqui, estruturais refere-se, em um sentido amplo, às propriedades materiais (por exemplo, instituições, alocações financeiras) e culturais se refere a propriedades imateriais ou ideológicas (por exemplo, atitudes, princípios pedagógicos). O imperialismo linguístico inglês é um exemplo de linguicismo, que é definido como ‘as ideologias, estruturas e práticas que são usadas para legitimar, efetuar e reproduzir uma divisão desigual de poder e de recursos (tanto materiais, quanto imateriais) entre grupos que são definidos com base na língua’ [...] O imperialismo linguístico inglês é visto como um subtipo de linguicismo. (PHILLIPSON, 1992, p. 47)

Nem tão “global” assim, a visão mercadológica trata o professor nativo como um produto demarca e incentiva o crescimento dos cursos livres de inglês, das escolas internacionais e bilíngues, bem como de cursos ministrados em língua inglesa em universidades no mundo todo é o resultado dessa hipervalorização linguística (WINDLE; O’BRIEN, 2019). Segundo Phillipson (1992), o inglês suplanta as línguas nacionais em áreas estratégicas, tais como: educação, cultura, comércio, turismo e academia. É o que o autor chama de “*lingua frankensteinia*” ao criticar o termo “*lingua franca*”. Porém essa denominação carrega vantagens no

---

As nações do Círculo em Expansão (*Expanding Circle*) são, por exemplo, a China, A Rússia, o Brasil, a Alemanha, o Japão dentre outros.

sentido de desterritorializar a língua inglesa, que pertence aos falantes e não a um determinado país ou povo.

### 3. *Inglês como língua franca*

Diversos estudos acerca de inglês como língua franca (ILF) têm sido desenvolvidos nas últimas décadas (JENKINS, 2006; O'REGAN, 2014; SEIDLHOFER, 2005). Segundo Seidlhofer (2005, p. 339), ILF não é um tipo de inglês, mas uma forma de utilizar essa língua para se comunicar entre pessoas de culturas diferentes cuja língua materna não é o inglês, mas isso não impede a participação do falante nativo (NS)<sup>5</sup> na interação, ou seja, não se trata de uma variação.

De acordo com O'Regan (2014, p. 533) o termo ILF se situa dentro do paradigma *Global Englishes* tendo em vista que os falantes não nativos (NNS) são aceitos pelos falantes nativos (NS) em sua complexidade, flexibilidade e características. O autor critica o movimento em torno da ILF no sentido de ser conservador e inconsistente nos argumentos relativos à sua teorização, apesar dos alinhamentos teóricos do conceito com pressupostos e perspectivas da globalização e de teorias pós-coloniais e pós-estruturalistas. Widdowson (2012) afirma que um constructo que está relacionado com o ILF é o de que os NNS são, geralmente, rotulados de “incompetentes” tendo em vista seu desempenho se comparados com os NS de uma determinada língua. A não conformidade do uso com a norma padrão é equiparada à incompetência ou à incapacidade de articular línguas estrangeiras. No entanto, essa “incompetência”, em muitos casos, não atrapalha os NNSs de se comunicar de forma eficiente. A proposta e os recursos linguísticos aplicados são diversos, porém de forma pragmática.

A relação entre como a globalização se apresenta e os fenômenos que circundam o aprendizado e a mercantilização da língua inglesa, vão de encontro ao que Milton Santos (2000) afirma sobre o desigual processo de globalização. Para o autor, esse modelo se expressa pelas tensões das relações norte-sul global. Esses conflitos têm sido marcados por lutas relacionadas à necessidade de inclusão de partes da população desprovida de recursos financeiros. Essas relações se refletem em conflitos em diversas esferas de poder centro-periferia no âmbito global. As benéficas da globalização não estão disponíveis para todos democraticamente e

---

<sup>5</sup> NS é a abreviatura de Native Speaker (falantes nativos) e NNS é a abreviatura de Non-native Speaker (falantes não nativos). O autor preferiu utilizar a abreviatura em inglês.



privilegia o Norte Global, inclusive no processo da adoção do inglês como língua franca. A oferta de oportunidades e o acesso às ferramentas de comunicação e informação são setorizadas e seletas globalmente.

As nações do Sul Global têm obstáculos a serem transpostos e um deles é o de constante inferiorização de seu estilo de vida, língua, *habitus* (conhecimento e disposições culturais) e cultura. Essa desvalorização é evidente no processo de reificação da língua inglesa em um bem simbólico (BOURDIEU, 1991, 1998), bem como a promoção de um sistema ideológico baseado em padrões de abundância e prosperidade de classes abastadas do Norte Global. Esse aparato mercadológico-cultural é balizada por relações semióticas que alimentam o discurso meritocrático em um nível transnacional. Apesar dessas fronteiras estarem se apagando ou se tornando borradas, a integração entre as nações Norte-Sul não implica uma equidade de acesso a recursos (CONNELL, 2007). O conhecimento produzido no Sul Global tem menos impacto de acordo com Connell (2007), como um reflexo do processo de colonização das principais nações europeias.

#### **4. A legitimação da mística do falante nativo**

A globalização produz modelos identitários desejados e mudanças na percepção da identidade pessoal e dos outros por meio de um imaginário social (rituais, histórias, mitos, lendas) segundo Rizvi e Lingard (2010). A sensação de que o mundo semioticamente interligado organizado por meio de comportamentos coletivos, mas também preservadas as liberdades individuais, sendo múltiplo na sua unicidade. O imaginário social do falante nativo de língua inglesa é uma questão que é pertinente ao trabalho tendo em vista sua ligação com o tema da globalização, desigualdades Norte-Sul e identidade. A ideologia do falante nativo se refere aos professores falantes nativos de uma determinada língua que representam os ideais da cultura ocidental por terem nascido em um país no qual essa língua é falada (HOLLIDAY, 2005). Essa crença causa tensões e alimenta o imaginário social de superioridade das nações do Norte Global, criando mais desigualdade entre esses profissionais. O ideal do “falante nativo” desempenha um papel generalizado, icônico e complexo dentro e fora do Ocidente de língua inglesa segundo Holliday (2005).

Em conformidade com esse pensamento, Jordão e Martinez (2015, p. 62) afirmam que essa ideologia não é neutra ou apolítica e ela exerce um papel relevante na construção identitária do professor não nativo de inglês no Brasil, como se esses profissionais estivessem nas

margens do centro de um círculo seletivo. Essa divisão nos remete às metrópoles e às colônias, sendo os produtos oriundos das colônias de qualidade duvidosa. Siqueira e Da Silva Souza (2014, p. 47) pontuam que no caso do Brasil, um país periférico do Sul Global, onde as consequências da predominância da tradição do ILF são nefastas, o contato com novas teorias sobre o ensino de línguas estrangeiras pode ser benéfica para os professores.

### **5. *As camadas da falácia do falante nativo***

A globalização acarreta a criação e modificação de padrões de cultura globais e uma reorganização das populações mundiais segundo Blommaert e Rampton (2012). Essa nova configuração pode ser analisada tendo em vista conceitos de escalas, cronotopos, indexicalidade e policentricidade.

O uso de escalas permite ao cientista responder a questões relacionadas a textos e imagens relacionadas ao contexto dos elementos linguísticos e as relações semânticas presentes em um determinado quadro, ou seja, “as escalas seriam reconstituídas constantemente e podem gerar outras relações e conexões fluídas entre escalas e outras construções sociais e materiais, relações imprevisíveis de causa/efeito e mudanças nas configurações de processos e práticas sociais” (CANAGARAJAH; COSTA, 2016, p. 2). Segundo Blommaert (2010), a importância do trabalho em escalas se assenta sobre a possibilidade de compreender fenômenos em ambientes estratificados nos quais relações de poder ficam evidenciadas por meio de recursos semióticos e as evoluções realizadas por entidades de um nível para outro dentro de um espaço sociolinguístico em saltos escalares.

Acerca de cronotopos, Blommaert (2015, p. 111) afirma que são um aspecto da contextualização pelo qual entidades históricas são retiradas do discurso em um contexto temporal tendo em vista uma invocação de um trabalho discursivo. Os tropos têm efeito no discurso e recursos semióticos podem invocar cronotopos que agregam uma marca ou um símbolo a um determinado povo dentro de um contexto sócio-temporal.

Outro constructo relevante é a noção de indexicalidade que implica em reconhecer características que indicam algum aspecto dentro de um ordenamento. Segundo Silverstein (1992), a indexicalidade ou ordem indexical indica valores implícitos de poder e de identidades relacionados

com poderes convencionalizados chamados de “tropos”. “A ordem indexical é o princípio organizacional metapragmático por trás do que é amplamente entendido como pragmática da linguagem.” Segundo Blommaert (2010, p. 38), a ordem indexical se relaciona a aspectos de organização social e estratificação, ou seja, é um constructo que aponta para aspectos de poder no campo da semiose.

O constructo de policentricidade aponta para a existência de diversos centros em que a autoridade norteia os indivíduos em eventos semióticos e sua relevância se encontra na análise dos discursos que estão implicados nas imagens apresentadas, que seguem um discurso central, apesar da tendência descentralizadora da língua inglesa no mundo.

Esses constructos mencionados estão relacionados ao contexto da globalização e sugerem que existe um mundo menos “inocente” no qual existe diversidade social, cultural e linguística. No entanto, essa diversidade pode facilmente transformar-se em desigualdade ou se tornar um instrumento que pode contribuir efetivamente para a manutenção das disparidades sociais já existentes (BLOMMAERT, 2010, p. 41).

Após a exposição de conceitos e seus pontos principais, são apresentados dois exemplos para análise. São eles: um anúncio de aulas particulares confeccionado por uma pessoa anônima e que foi fixado em uma rua no centro da cidade do Rio de Janeiro e um anúncio de uma série de materiais e cursos de uma empresa criada em 2006, líder mundial em aulas de elocuições, livros, aplicativos e cursos em vídeos da série “Get Rid of Your Accent”.

O primeiro exemplo é uma fotografia que foi tirada em uma rua no Rio de Janeiro.

Exemplo 1:



Fonte: Fotografia de arquivo pessoal do autor (2018).

As frases no anúncio foram numeradas na seguinte ordem:

- (1) Aprenda inglês com um falante nativo!
- (2) Eu sou um falante nativo, pega um sotaque natural.
- (3) Aulas particulares em seu escritório, ou outro lugar.
- (4) Inglês geral, para negócios, ou conversação.

O folheto anuncia aulas de inglês particulares com um falante nativo de língua inglesa (1) e (2). Segundo o autor da propaganda, o contratante/aluno “pega um sotaque natural” (2), ou seja, fica implícito que o anunciante acredita que o professor não nativo de língua inglesa tem um sotaque artificial, o que corrobora a teoria acerca da superioridade e legitimidade do professor nativo. O professor oferece aulas particulares no “escritório” (3) do aluno, invocando um cronotopo de sucesso. O anunciante ensina “inglês geral, para negócios ou conversação” (4), ou seja, direciona seu anúncio para um público que tradicionalmente tem mais recursos financeiros, evocando cronotopos de prestígio, tendo em vista o status social que homens de negócio têm na sociedade brasileira.

A palavra “nativo” aparece com uma fonte maior que o resto da frase (1), o que evidencia símbolos de poder, tendo em vista a condição de ser nativo de língua inglesa, o que o faria superior aos outros professores se apresentando e se reificando em um produto de maior valor, ele se coloca em uma posição superior em uma relação escalar profissional. O ponto de exclamação no final serve para enfatizar esse recurso semiótico.

Neste tipo de anúncio, ficam pequenos papéis pendurados com telefone de contato para que as pessoas destaquem e neste anúncio todas foram retiradas. Esse tipo de propaganda ainda tem muito espaço entre os aprendizes brasileiros, por mais apelativo que possa parecer. A presença de falantes nativos em uma escola de idiomas é sinal de prestígio e transmite confiabilidade ao estudante de que a escola tem qualidade. É uma marca, um selo de qualidade, um produto de grife. O aluno/cliente compra/contrata não somente as aulas/serviços, mas a natividade do professor. A fala de Schmitz (2016, p. 605) corrobora esta afirmação ao declarar que é “lamentável” que alguns NSs usam um local de nascimento para se projetar como sendo a única autoridade na língua que falam. Dessa maneira, segundo o autor, alunos ou NNSs poderiam ser somente considerados “nativos” fracassados e falantes de segunda categoria por não falar o inatingível padrão “puro” e “perfeito”.

Outro ponto é que noções tais como as de “falante nativo”, “sotaque natural”, “superior”, “mais correto” estão no modelo de mentalidade de agentes poderosos do círculo interno que tomam como verdade que o inglês britânico ou o inglês estadunidense são “os melhores ou os mais

corretos”, o que estratifica de forma escalar essa relação conflituosa. Ainda conforme Schmitz (2016), a remoção da atribuição do termo “falante nativo” pode contribuir para a redução das desigualdades entre os falantes de língua inglesa, bem como reduzir as tensões entre acadêmicos no Norte e do Sul global. O processo de multilinguismo e policentricidade exigem uma mudança de mentalidade monolíngue por parte de usuários da língua do Círculo Central.

O segundo exemplo foi retirado de uma biblioteca em Londres que fica dentro de uma universidade de prestígio.

Exemplo 2:



Fonte: Fotografia de arquivo pessoal do autor (2016).

As frases para foram numeradas e traduzidas na seguinte ordem:

- (1) Get rid of your accent<sup>6</sup>.
- (2) ‘Get rid of your accent’ is a very effective, proven system to master British English pronunciation. [‘Getridofyouraccent’ é um sistema comprovado e muito eficaz para dominar a pronúncia do inglês britânico.]
- (3) This system has been used in London drama schools for many years. [Este sistema tem sido usado nas escolas de teatro de Londres por muitos anos.]
- (4) It has helped actors with foreign and provincial accents to learn and speak perfect English. [Ajudou atores com sotaque estrangeiro e provinciano a aprender e falar um inglês perfeito/falar inglês perfeitamente.]
- (5) In a few weeks, you can change the way you speak English forever. [Em algumas semanas, você pode mudar a maneira como fala inglês para sempre.]
- (6) No more being asked to repeat yourself. [Não precisará mais se repetir.]

---

<sup>6</sup> Trata-se do nome do sistema, a tradução livre é: “Livres-se do seu sotaque”.

- (7) No more being disadvantaged by your pronunciation.[Chega de ser prejudicado por sua pronúncia.]
- (8) “The biggest single factor that affect people’s first impression of you is your speech and accent”. [“O maior fator que afeta a primeira impressão que as pessoas têm de você é a sua fala e o seu sotaque”.]
- (9) Pronunciation can be fun with: humorous sentences, tongue twisters, period verses, rhyme exercises.[A pronúncia pode ser divertida com: frases humorísticas, trava-línguas, poesia de época, exercícios de rima.]
- (10) “Research shows that 99% of foreign students want to get a rid of their accent”. [“Pesquisas mostram que 99% dos estudantes estrangeiros querem se livrar do sotaque”.]

Este anúncio é da Business and Technical Communications Services (BaTCS) Global. Segundo o *website* dessa empresa, seus produtos são comercializados em uma escala global, além de oferecerem treinamentos para políticos, diplomatas e profissionais em seus escritórios em Londres e em todo o mundo via *Skype*. A empresa oferta aulas de elocução, treina pessoas para falar em público, dá dicas para dominar os sotaques britânico e estadunidense e ensina como perder um sotaque forte por meio de técnicas de redução de sotaque.

É relevante observar que as únicas duas variantes de inglês ofertadas para o treinamento (estadunidense e britânica) estão dentro do Círculo Interno de Kachru (1992). No entanto, a variedade britânica ofertada se afunila, pois é ensinada a variedade padrão chamada de RP (Received Pronunciation)<sup>7</sup>. Por mais que a globalização tenha propiciado uma abordagem mais policêntrica da língua inglesa, o maior número de falantes dessa língua não é de falantes nativos, o centro de poder continua emanando de cidades globais<sup>8</sup> do Norte global como Londres e Nova Iorque. A empresa tem sede nessas cidades e essa escolha da localização exerce influência na escolha dessas sedes, ainda mais relevante e influente é o fluxo de capital financeiro nessas cidades.

---

<sup>7</sup> Received Pronunciation (R.P.), também chamado de inglês Oxford (Oxford English), Inglês da Rainha (Queen’s English) ou Inglês da BBC (BBC English), é o nome atribuído à pronúncia padrão da língua inglesa utilizada no Reino Unido, apesar de haver diversos sotaques diferentes na Grã-Bretanha.

<sup>8</sup> De acordo com Sassen (1998), a cidade global é o centro no qual a globalização econômica se mostra mais aparente, tendo em vista as esferas de poder criando um nexo entre o que é local e global.

Segundo Schmitz (2016, p. 603), o problema está no status de prestígio que as variedades internas do Círculo de Kachru adquiriram, especialmente as variantes britânicas e americanas. Para o autor, as variantes canadenses, australianas e neozelandesas também são consideradas variedades de falantes nativos, porém as variantes nigerianas, indianas e de Cingapura são consideradas variedades NNS. Na mesma medida, o módulo de pronúncia estadunidense promete fazer o aprendiz soar fluente e mais parecido com um falante nativo estadunidense dentro de 1 a 3 meses (“em algumas semanas, você pode mudar a maneira como você fala inglês para sempre”) (5), aumentar sua confiança pessoal (“não vai precisar mais repetir o que você falou”) (6), além de melhorar perspectivas de trabalho e vida social (“chegar de ser prejudicado pela sua pronúncia”) (7), “O maior fator que afeta a impressão que as pessoas têm de você é a sua fala e sotaque” (8). Os clientes em potencial desse serviço são oriundos de países periféricos ou de regiões menos abastadas dentro do próprio país, pois “o curso ajudou atores com sotaques estrangeiros ou provincianos a aprender e falar um inglês perfeito”. Essa busca por um “sotaque ideal ou cristalino” nos remete ao clássico de Goffman (1956), que afirma que o ser humano tenta realizar performances de forma teatral para transmitir determinado papel para seu interlocutor por meio de escolhas lexicais, postura, aparência, prosódia, bem como de sotaque com o intuito de fomentar uma imagem positiva.

A empresa promete adequar o aluno/cliente segundo lista Lippi-Green (1997) acerca das características do falante padrão de inglês dos Estados Unidos, ou seja, esse falante ideal não tem sotaque regional, reside no meio-oeste ou no nordeste (jamais no sul) do país, possui instrução acadêmica acima da média nacional, se preocupam com a adequação gramatical e são possuem total inteligibilidade em uma conversa. Apesar de não apresentar fontes bibliográficas, a empresa afirma que “as pesquisas mostram que 99% dos estudantes estrangeiros querem se livrar do sotaque” e esse tipo de promessa soa como uma oportunidade de melhoria de *status* social por meio da redução de sotaque. Além disso, a empresa oferece audiolivros com redução de sotaque adaptados às necessidades de “nichos de mercado” das potências consolidadas (França e Alemanha) e emergentes (China e Rússia).

No cartaz e no *website*, cronótopos de prestígio, de realeza e de sucesso são evocados em todas as frases, com a alusão da variedade britânica ensinada com o “inglês da rainha”, associando o produto vendido com padrões superiores de qualidade e prestígio no âmbito social.

Dessa maneira, a variante de inglês falada não seria uma barreira para este falante para acessar a posições político-sociais mais elevadas e não seria mais um marcador de classe.

Por fim, ambos os anúncios alimentam o que Phillipson (1992) chama de “falácia do falante nativo”, que se trata da enganosa associação de competência e qualidade a modelos de falantes nativos. Esse tipo de prática educacional presta um desserviço para todos os profissionais que estudam o ensino de língua estrangeiras baseada em Linguística Aplicada.

## **6. Considerações finais**

O principal objetivo deste estudo foi elaborar uma reflexão crítica acerca das mudanças das perspectivas do inglês como língua franca no processo de globalização da educação, com ênfase na idealização prestigiosa da persona do falante nativo do inglês, tendo em vista seus elementos simbólicos comercializáveis agregados de mentalidade neoliberal. O estudo foi realizado para analisar dois anúncios de ofertas de ensino de língua inglesa, um no Rio de Janeiro e o outro em Londres, sob os constructos teóricos de escalas, cronotopos, indexicalidade e policentricidade.

A principal contribuição da pesquisa aponta que elementos do discurso do mito do falante nativo estão presentes no material analisado e fomentam diversas tensões entre NS e NNS, mesmo com a tendência de descentralização da legitimidade da língua inglesa e do ensino de língua em um contexto policêntrico global. A supervalorização de experiências transnacionais pela elite econômica no país alimenta o imaginário da legitimidade do NS, que se reifica como um produto de alto valor e prestígio no mercado. Dessa maneira, muitas instituições e indivíduos vendem essa natividade como um diferencial mercadológico no processo de mercantilização do idioma inglês. Os recursos semióticos e linguísticos utilizados nos anúncios refletem formas de capital simbólico por meio da evocação de cronótopos de sucesso, de poder, de prestígio, e de realeza nas frases dos anúncios. Diversos itens lexicais fazem um nexos da natividade com qualidade refinada alçando a posições escalares superiores irreais o ensino feito por um nativo de língua inglesa.

Portanto, os dados sugerem que os pesquisadores e profissionais voltados para o ensino de inglês devem optar por abordagens mais abrangentes e democráticas no sentido de compreender que existe um imaginário que tende a privilegiar falantes oriundos do Círculo Central.



Diferentes vozes e discursos devem ser ouvidos, principalmente, provenientes do Sul Global para que o ensino de língua inglesa seja mais significativa, real e democrática.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTBACH, Philip. Globalisation and the university: Myths and realities in an unequal world. *Tertiary Education & Management*, v. 10, n. 1, p. 3–25, 2004.

BALL, Stephen. Is there a global middle class? The beginnings of a cosmopolitan sociology of education: a review. *Journal of Comparative Education*, v. 69, n. 1, p. 137-61, 2010.

BLOMMAERT, Jan. *The sociolinguistics of globalization*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

\_\_\_\_\_; RAMPTON, Ben. Language and superdiversity. *Diversities*, v. 13, n. 2, 2011.

BOURDIEU, Pierre. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press. 1991.

\_\_\_\_\_. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BYRAM, Michael. *From Foreign Language Education to education for Intercultural Citizenship: essays and reflections*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Multilingual Matters, 2008.

CANAGARAJAH, Suresh; DE COSTA, Peter I. Introduction: Scales analysis, and its uses and prospects in educational linguistics. *Linguistics and Education*, v. 34, p. 1-10, 2016.

CONNELL, Raewyn. *Southern theory: The global dynamics of knowledge in social science*. Cambridge: Polity, 2007.

COUPLAND, N. Introduction: Sociolinguistics in the global era. In: \_\_\_\_ (Org.). *The handbook of language and globalization*. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2010. p. 1-27.

DA SILVA, JULIANA SOUZA. *Brazilian accents of english*. 2016. Dissertação de mestrado. Universidade Federal da Bahia.

DUCHÊNE, Alexandre; HELLER, Monica (Ed.). *Language in late capitalism: Pride and profit*. Routledge, 2012.

- FAIRCLOUGH, Norman. *Language and globalization*. London: Routledge, 2006.
- GOFFMAN, Erving. *The presentation of self in everyday life*. Nova York: Garden City, 1959.
- GIDDENS, A., 1991. *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press, 1991.
- GRADDOL, David. *English next – Why global English may mean the end of ‘English as a Foreign Language’*. London: British Council, 2006.
- HALSEY, H.A., LAUDER, H., BROWN, P & WELLS, A.S. *Education – Culture, Economy, and Society*. Oxford: Oxford University Press, 2007.
- HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn; SILVA, Tomaz Tadeu da. *Identidade e diferença*. Belo Horizonte: Vozes, 2014.
- JENKINS, Jennifer. ‘Current perspectives on teaching world Englishes and English as a lingua franca’. *TESOL Quarterly*, v. 40, n. 1, p. 157-81, 2006.
- KACHRU, Braj B. Teaching world englishes. *The other tongue: English across cultures*, v. 2, p. 355-66, 1992.
- KUBOTA, Ryuko. Inequalities of Englishes, English speakers, and languages: a critical perspective on pluralist approaches to English. In: TUPAS, R.; RUBDY, R. (Eds). *Unequal Englishes: the politics of Englishes today*. Palgrave: Macmillan, 2015. p. 21-42
- MUFWENE, Salikoko. Globalization, global English, and world English (es): Myths and facts. *The handbook of language and globalization*, 2010.
- LIPPI-GREEN, R. English with an accent: language, ideology, and discrimination in the United States. *The standard language Myth*, p. 53-62. London: Routledge, 1997.
- NOGUEIRA, M. A., AGUIAR, A. M. S., RAMOS, V. C. C. Fronteiras desafiadas: a internacionalização das experiências escolares. *Educ. Soc.*, Campinas, v. 29, n. 103, p. 355-76, maio/ago. 2008.
- Ó HIFEARNÁIN, Tadhg. Sociolinguistic vitality of Manx after extreme language shift: Authenticity without traditional native speak-

ers. *International Journal of the Sociology of Language*, v. 2015, n. 231, p. 45-62, 2015.

O'BRIEN, Sarah. *Linguistic Diasporas, Narrative and Performance*. London: Palgrave, 2017.

O'REGAN, John. 'English as a lingua franca: an immanent critique'. *Applied Linguistics*, v. 35, n. 5, p. 533-552, 2014.

PHILLIPSON, Robert; SKUTNABB-KANGAS, Tove. 'Linguistic Imperialism and Endangered Languages'. In: BATHIA, T.K., RITCHIE, W. C. (Eds): *The handbook of bilingualism and multilingualism*. 2<sup>nd</sup> edition. Oxford: Wiley-Blackwell. p. 495-516, 2013.

RAJAGOPALAN, K. A geopolítica da língua inglesa e seus reflexos no Brasil: poruma política prudente e propositiva. In: LACOSTE, Y.; RAJAGOPALAN, K. (Orgs). *A Geopolítica do Inglês*. São Paulo: Parábola, 2005. p. 135-59

RIZVI, Fazal; LINGARD, Bob. *Globalizing education policy*. New York: Routledge, 2010.

SEIDLHOFER, Barbara. English as a lingua franca. **ELT journal**, v. 59, n. 4, p. 339-341, 2005.

SILVERSTEIN M. *The indeterminacy of contextualization: When is enough enough?* p. 55-76, 1992.

SIQUEIRA, Sávio; DA SILVA SOUZA, Juliana. Inglês como língua franca e a esquizofrenia do professor (english as a lingua franca and teacherschizophrenia). *EstudosLinguísticos e Literários*, n. 50, 2014.

SCHMITZ, John Robert. On the native/nonnative speaker notion and World Englishes: Debating with K. Rajagopalan. *DELTA: Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada*, v. 32, n. 3, p. 597-611, 2016.

WIDDOWSON, Henry G. ELF and the inconvenience of established concepts. *Journal of English as a Lingua Franca*, v. 1, n. 1, p. 5-26, 2012.

WINDLE, Joel; NOGUEIRA, Maria Alice. The role of internationalisation in the schooling of Brazilian elites: Distinctions between two class fractions. *British Journal of Sociology of Education*, v. 36, n. 1, p. 174-192, 2015.