

A língua inglesa como imperativo da globalização

... as relações entre o inglês e prazer, felicidade, êxtase, sofisticação são repetidamente reiteradas nos anúncios e propagandas, nos filmes e séries, nas músicas e revistas.

No capitalismo tardio, o processo de globalização parece ter um papel fundamental na forma como as pessoas se constituem como sujeitos. Assim, seja numa vila periférica, numa grande metrópole ou em áreas rurais, por meio das novas tecnologias (internet, TV a cabo, telefone celular, *ipods*) é possível conectar-se, interagir, informar-se e consumir produtos de origens variadas e “distantes”. Apesar da imensa diversidade, uma língua em especial se propõe a ligar as pessoas e forjar muitas possibilidades de identidade – a língua inglesa.

A presença maciça do inglês pode ser observada no mundo do trabalho, da comunicação, das tecnologias, das viagens e do entretenimento. E isso não acontece por acaso. A expansão dos domínios desse idioma delineou-se a partir da Revolução Industrial e do processo de colonização de países nas Américas, Ásia, África e Oceania. Embora as condições para estabelecer o inglês como língua internacional tenham sido implementadas pela Grã-Bretanha, a emergência dos Estados Unidos como superpotência, em meados do século XX, garantiu a consolidação desse idioma como língua global. O surgimento e “democratização” da rede mundial de computadores – a *internet* – também contribuiu significativamente para essa expansão.

É nesse sentido que se pode falar de *Universo da Língua Inglesa*. Tal expressão é compreendida como um termo amplo que abrange essa língua, materiais didáticos e paradidáticos para seu ensino, discursos produzidos nela e a partir dela, produtos e artefatos culturais (roupas, perfumes, músicas, filmes, séries de TV, alimentos, tecnologia, ciência, modelos de comportamento e de educação formal) produzidos e/ou associados aos países anglófonos – especialmente Estados Unidos e Inglaterra – e a seus falantes (nativos ou não).

Esse universo é parte constitutiva dos modos de vida na contemporaneidade. Ele parece abranger literalmente todos os setores da sociedade e se fazer presente de forma mais ou menos explícita no nosso cotidiano. O uso de termos e expressões da língua inglesa deixa marcas, inaugura racionalidades onde quer que ela se infiltre. Como uma espécie de canto da sereia, somos envolvidos de maneira sedutora especialmente pela mídia. Em consequência disso, as relações entre o inglês e prazer, felicidade, êxtase, sofisticação são repetidamente reiteradas nos anúncios e propagandas, nos filmes e séries, nas músicas e revistas. Além disso, a idéia de ser “descolado”, “antenado” e fazer parte de um clube, que promete “nada além do melhor^[1]”, está associada a tal língua. Em virtude disso, somos impelidos a conhecer, estudar, integrar esse universo, que promete garantir desde os melhores empregos – como demonstram diariamente os anúncios classificados dos jornais – até momentos sucessivos de prazer a serem consumidos no estilo *fast food*.

Considerando tal entorno, pode-se fazer uso da assertiva de Graddol (2007, p. 20) que aponta para a existência de uma elite que considera o inglês como uma marca distintiva. No mesmo sentido, tal língua tem sido apontada como forma de inserção na cultura globalizada. Embora, inicialmente, a língua inglesa tenha passado por um processo de domínio nos moldes mais tradicionais do imperialismo, atualmente ela surge como parte de um dispositivo que, por meio de um “micropoder capilarizado” (Foucault, 2008) nas suas mais diversas manifestações, parece capaz de ditar regras e normas às quais se moldam “corpos dóceis” para usufruir dos incontáveis benefícios que seu conhecimento e utilização prometem oferecer.

Como um dos operadores centrais na comodificação dos sujeitos da sociedade de consumo, a língua inglesa parece aumentar consideravelmente o valor de troca dos indivíduos que não apenas podem consumi-la, mas também podem ser consumidos globalmente. Conforme pontua Phillipson: “[a] conclusão parece ser a de que você está, num sentido muito concreto, desfavorecido se você não sabe inglês” (1992, p. 276). E quem se arriscaria a ficar desfavorecido num mundo onde a competição acirrada impera?

Referências

- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Organização e tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 2008.
- GRADDOL, D. *The future of English? A guide to forecasting the popularity of the English language in the 21st century*. United Kingdom: The English Company (UK) Ltd, 2000. Disponível em: <http://www.britishcouncil.org/learning-elt-future.pdf>. Acesso em: 05 jan 2009.
- PHILLIPSON, R. *Linguistic imperialism*. Oxford: Oxford University Press, 1992.

[1] “Nothing but the best” (Leavin’, Jesse McCarthy, 2008).