

(IN)VISIBILIDADE DA LÍNGUA ESPANHOLA NA PERCEPÇÃO DE ESTUDANTES DE ESCOLAS PÚBLICAS DE ENSINO MÈDIO DE CURITIBA A PARTIR DA INTERAÇÃO E ANÁLISE DE ANÚNCIOS TELEVISIVOS BRASILEIROS

*Deise Cristina de Lima Picanço**
*Regiane Pinheiro Dionísio Porrua***

RESUMO

Neste artigo, apresentamos os resultados de uma pesquisa de mestrado que investigou a percepção de estudantes de ensino médio acerca do discurso engraçado, irônico ou pejorativo sobre a língua espanhola veiculado em anúncios publicitários televisivos do Brasil. Para tanto, considerou-se o contexto de ensino e aprendizagem do idioma para estudantes de ensino médio e a reunião de um número expressivo de filmes publicitários com o uso ou a citação da língua com determinada abordagem. As perspectivas teóricas que fundamentaram o estudo foram a Análise do Discurso Francesa e das teorias enunciativas do Círculo de Bakhtin, além das contribuições dos teóricos da comunicação, a saber: Machado e Martín-Barbero. O objetivo final da pesquisa foi analisar como os discursos presentes na dispersão de enunciados selecionados eram percebidos pelos estudantes e qual sua ressonância nesses sujeitos. A problematização ocorreu a partir de duas fontes de investigação: 1. Anúncios publicitários (dezessete anúncios publicitários televisivos) e 2. O discurso de estudantes de ensino médio sobre a língua, expresso nos enunciados que foram dados como resposta a dois instrumentos de colhimento de dados: questionário e atividade perceptiva. A coleta dos dados destes dados aconteceu em seis escolas estaduais do município de Curitiba, Paraná, através da aplicação de questionários para 868 estudantes e da execução das atividades perceptivas para 109 alunos. Dentre os principais resultados obtidos, encontra-se a constatação de uma significativa invisibilidade em relação ao idioma espanhol e seus referentes culturais por parte dos discentes de ensino médio, principalmente no primeiro ano de estudo dessa língua estrangeira. Em nossa análise foi possível perceber que o aluno não identifica a referência à língua espanhola ou às culturas hispânicas nos anúncios, tampouco demonstra conhecer elementos culturais de que as identificam. Da mesma forma, foi possível constatar o desconhecimento geral dos alunos de Ensino Médio sobre a lei 11.161, que regulava a oferta obrigatória do idioma como componente curricular entre 2005 e 2016.

Palavras-chave: Discurso; Língua espanhola; Anúncios publicitários televisivos; Análise de Discurso Francesa; Círculo de Bakhtin.

ABSTRACT

In this article, we present the results of a master's research that investigated the perception of high school students about the funny, ironic or pejorative discourse about the Spanish language published in Brazilian television commercials. In order to do so, we considered the context of teaching and learning the language for high school students and the meeting of a significant number of publicity films with the use or citation of the language with a certain approach. The theoretical perspectives that underpinned the study were the French Discourse Analysis and the enunciative theories of the Bakhtin Circle, in addition to the contributions of communication theorists, Machado and Martín-Barbero. The final objective of the research was to analyze how the discourses present in the dispersion of selected statements were perceived by students and what their resonance in these subjects. The problematization occurred from two research sources: 1. Advertisements (seventeen television commercials) and 2. The discourse of high school students on the language, expressed in the statements that were given in response to two instruments of data collection : Questionnaire and perceptive activity. Data were collected from six state schools in the city of Curitiba, Paraná, through the application of questionnaires to 868 students and the performance of perceptual activities for 109 students. Among the main results obtained, there is a significant invisibility in relation to the Spanish language and its cultural references by high school students, especially in the first year of study of that foreign language. In our analysis it was possible to perceive that the student does not identify the reference to the Spanish language or to the Hispanic cultures in the ads, nor does it demonstrate the cultural elements that identify them. Likewise, it was possible to note the general ignorance of secondary school students about law 11.161, which regulated the mandatory provision of language as a curricular component between 2005 and 2016.

Keywords: Discourse; Spanish Language; Television Commercials; French Discourse Analysis; Bakhtin Circle.

* Doutora em Letras pela UFPR e professora adjunto da UFPR.

** Mestre em Educação pela UFPR e professora titular do IFPR.

INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta os resultados de uma investigação¹ acadêmica que articulou os campos da educação e da comunicação para compreender de que formas os alunos de ensino médio *percebem/interagem* com as referências à língua espanhola e às culturas hispânicas presentes em uma dispersão de enunciados entendidos como anúncios publicitários televisivos produzidos por agências brasileiras de publicidade. O objetivo do estudo foi investigar como os discursos sobre o idioma espanhol reproduzidos em anúncios publicitários na mídia televisiva brasileira eram percebidos por estudantes de Ensino Médio que escolheram estudar essa língua como componente curricular e como esta reiteração discursiva influenciaria a *percepção* destes sobre o idioma e as culturas que lhe dão sentido, interferindo, conseqüentemente, no seu processo de aprendizagem. Nossa premissa de pesquisa era a de que o espectador brasileiro, estudante de língua espanhola no Ensino Médio, pudesse reconhecer e ler criticamente os discursos (re)produzidos pela televisão brasileira quando se faz referência ao idioma ou às culturas a ele vinculadas.

No cotidiano de prática docente, ao buscar textos de língua espanhola, ou que fizessem referência ao idioma, veiculados no Brasil, observamos que as campanhas publicitárias apresentavam alguma referência à língua e a seus referentes culturais, mas de forma muito breve, através somente de uma palavra ou frase. Além disso, a análise mostrou que a maior parte deles apenas faz uma indicação cultural expressa em uma ou outra imagem e, predominantemente, de forma *engraçada*, *irônica* ou *pejorativa*.

Nesse contexto, buscamos explicações mais consistentes sobre o tema, de forma a fundamentá-lo teoricamente, relacioná-lo com o ensino e a aprendizagem de língua espanhola e aos sujeitos envolvidos no processo. Buscamos ainda tratar o assunto de uma maneira dialógica, deixando de lado a ideia de transparência da linguagem e o pensamento de que todos os leitores dos enunciados publicitários observados por nós os compreendiam com o nosso olhar, em uma tentativa, inclusive, de nos desvincular de uma primeira percepção, já engajada pela observação constante de tal abordagem nos textos selecionados.

Sendo assim, a partir da reunião de um número considerável de anúncios publicitários televisivos com o uso ou a citação da língua espanhola e da cultura hispânica, com abordagem *engraçada*, *irônica* ou *pejorativa*, não nos interessou apenas mostrar ou evidenciar tal abordagem, mas verificar se esta recorrência era percebida em um contexto de ensino e aprendizagem do idioma no ensino médio. Os estudantes, à época, em conformidade com a Lei Federal 11.161/2005, podiam optar por estudar ou não a língua estrangeira em questão. Assim, em nossa pesquisa, buscamos compreender qual era a percepção de estudantes da escola básica sobre os discursos construídos historicamente acerca da língua/cultura hispânica ao serem expostos a anúncios publicitários veiculados pela mídia televisiva brasileira.

Nesse sentido, seguimos os dispositivos teórico-metodológicos defendidos pela Análise do Discurso Francesa – ADF, compreendendo que os anúncios selecionados são um conjunto de

1 Essa investigação resultou numa dissertação de mestrado defendida em dezembro de 2015 no PPPGE, Setor de Educação, UFPR.

enunciados que apresentam uma regularidade de sentido e, portanto, compõem uma formação discursiva que, conseqüentemente, constitui-se em um discurso normalizado na sociedade brasileira. Contudo, no estudo, de acordo com essa perspectiva teórica, não objetivamos analisar as causas dessa formação, ou seja, como ocorreu sua constituição — uma explicação possivelmente histórica decorrente de vários fatores sociais, políticos e econômicos —, mas, sim, sua relação com outros discursos evidenciados em contexto de ensino e aprendizagem do idioma. Sob essa ótica, desenvolvemos uma investigação de natureza interpretativa a partir dos arquivos² construídos com dois tipos de enunciados: 1) dezessete anúncios publicitários televisivos; e 2) discurso que perpassam as respostas dos estudantes de Ensino Médio aos instrumentos de investigação. O segundo arquivo foi construído a partir da aplicação de questionários para 868 estudantes em seis escolas estaduais na cidade de Curitiba, e de duas atividades dialogadas em que houve uma roda de conversa após a visualização/leitura de alguns dos anúncios por 109 desses estudantes.

Além dos dispositivos teóricos da ADF, fundamentamos a análise dos dados nos conceitos definidos pelo Círculo de Bakhtin sobre uma concepção de linguagem numa perspectiva dialógica, sobre os gêneros do discurso. Contamos também com os subsídios teóricos dos pesquisadores da área da comunicação como Jesús Martín-Barbero. Ao percebermos os silenciamentos e a invisibilidade da língua espanhola no cotidiano dos alunos do Ensino Médio, nos questionamos sobre nossas premissas iniciais. Assim, dentro de uma linha de investigação em educação, nos perguntamos sobre como nossas práticas pedagógicas contribuem ou podem contribuir para uma mudança nesse quadro de ausências sobre a língua espanhola em nossa sociedade. Uma possibilidade possível seria a superação da cultura do silêncio, infelizmente ainda muito comum no espaço escolar, mas para isso a escola não poderia continuar consagrando, como afirma Barbero (2014, p. 24) “uma linguagem retórica e distante da vida, de suas penas, suas ânsias e suas lutas, tornado absoluta uma cultura que asfixia a voz própria”.

A seguir explicitaremos os fundamentos teóricos que balizaram esta investigação e que nos permitem abrir questionamentos sobre as possibilidades do trabalho do professor na escola como agente transformador das condições socioculturais de seus alunos.

1 UMA ABORDAGEM DISCURSIVA E BAKHTINIANA: ANÁLISE DE UM OBJETO DE PESQUISA

Optamos por analisar os enunciados a partir de uma abordagem discursiva, e não apenas linguística – entendendo a língua como sistema abstrato –, e assim, enfatizar o uso da língua espanhola em nossa sociedade, com suas maneiras de significar, com sujeitos estudando-a como língua estrangeira e percebendo-a como parte (ou não) de suas vidas. Para tanto, era preciso considerar, além dos sujeitos, o tempo e o espaço para a produção dos sentidos a serem analisados.

2 O *arquivo* usado neste artigo refere-se ao conceito formulado na perspectiva foucaultiana: “o domínio dos enunciados assim articulados segundo *a priori* históricos, assim caracterizado por diferentes tipos de positivities e escandido por formações discursivas [...] um volume complexo, em que se diferenciam regiões heterogêneas, e em que se desenrolam, segundo regras específicas, práticas que não se podem superpor. [...] São todos esses sistemas de enunciados (acontecimentos de um lado, coisas do outro) que proponho chamar de *arquivo*.” (FOUCAULT, 2014, p. 104 e 105).

Assim, não era somente o conteúdo linguístico (palavras, expressões ou textos) expresso nos filmes publicitários – e que usavam ou citavam o idioma espanhol e seus referentes culturais –, que interessavam à pesquisa, mas a forma como os sujeitos envolvidos em um processo de ensino e aprendizagem do idioma como língua estrangeira percebiam os discursos presentes em dado gênero discursivo.

Os dispositivos teóricos da disciplina Análise do Discurso se mostraram muito pertinentes para o desenvolvimento do estudo por abordar não apenas a língua como estrutura, mas o discurso, a palavra em movimento, observada em prática de linguagem. De acordo com Gill (2013, p. 244), a “análise de discurso é o nome dado a uma variedade de diferentes enfoques no estudo de textos, desenvolvida a partir de diferentes tradições teóricas e diversos tratamentos em diferentes disciplinas”. De forma geral, o que cada uma das perspectivas de análise de discurso tem em comum é partilhar “uma rejeição da noção realista de que a linguagem é simplesmente um meio neutro de refletir, ou descrever o mundo, e uma convicção da importância central do discurso na construção da vida social”.

Por outro lado, também é importante considerar as reflexões de Martin Barbero sobre a relação entre educação, comunicação e mídias. Em sua obra *A comunicação na Educação*, ao discutir o tema *Alfabetizar em Comunicação*, o autor põe em destaque o fato de “o primeiro aporte inovador da América Latina à teoria da comunicação produziu-se no e a partir do campo da educação” pela pedagogia do educador Paulo Freire. Porque, para Barbero, a pedagogia de Freire se caracteriza como:

aquela que, partindo da análise do processo de esvaziamento de sentido que sofre a linguagem nas técnicas normalizadas da alfabetização, traça um projeto de prática que possibilite o desvelamento de seu próprio processo de inserção no (e apropriação do) tecido social e, portanto, de sua recriação. Pois é só lutando contra sua própria inércia que a linguagem pode se constituir em palavra de um sujeito, isto é, *fazer-se pergunta* que instaura o espaço da comunicação. (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 17 e 18)³.

Assim, para refletir sobre o meio de comunicação televisivo relacionado à educação e analisar a linguagem persuasiva da publicidade efetivamente veiculada por essa mídia, desenvolvemos uma investigação a partir dos pressupostos teóricos da Análise do Discurso fundamentada nos estudos de Pêcheux e Foucault que, de acordo com GREGOLIN (2007), constitui-se como um “campo de pesquisa solidamente instalado no Brasil, [que] interessa-se cada vez mais em tomar a mídia como objeto de investigação”, isso porque “a articulação entre os estudos da mídia e os de análise do discurso enriquece dois campos que são absolutamente complementares, pois ambos têm como objeto as produções sociais de sentidos” (GREGOLIN, 2007, p. 13).

Seguindo essa mesma perspectiva, o estudo de Picanço (2006) promove reflexões sobre a ADF tomando como ponto de partida as fronteiras que essa teoria da linguagem estabeleceu com a História e a Linguística. A autora discute sobre as noções de discurso, sentido e significação tendo como elemento central o enunciado. Picanço (2006, p. 199) aponta que, ao percorrer os caminhos

3 Grifo do autor.

trilhados por Foucault (desde *Arqueologia do Saber*, de 1969, até os escritos sobre o Governo de si, no início dos anos 1980), e Pêcheux (desde *Semântica e Discurso*, de 1975, aos escritos da década de 1980), em seus diferentes projetos de análise de discursos (da análise automática à perspectiva enunciativa), chegamos “a uma noção comum de discurso como norma, que provoca, como efeitos de sentido, as ilusões de ‘evidência’, de ‘verdade’, e de ‘realidade’” e ressalta que “são essas ilusões que permeiam as investigações de historiadores e linguistas que ainda acreditam na transparência da linguagem, na garantia de entendimento por intermédio do código e na centralidade do sujeito na determinação do sentido de seu dizer.” Contudo, segundo a autora, ao considerar as questões debatidas pela ADF sobre o real da língua e o real da história para a superação de uma visão logocêntrica de linguagem,

o analista/historiador não pode trabalhar a fonte, o documento, o enunciado como a origem do sentido, pois é preciso ancorar a análise nas relações que podem ser estabelecidas com outros textos/documentos/ enunciados dentro de uma série, de uma dispersão. São essas relações que, dentro de um conjunto de práticas discursivas, estabelecem as regras de funcionamento do exercício enunciativo em que o texto/documento/enunciado se encontra e está sendo analisado. Portanto, o arquivo não pode ser considerado pelo pesquisador como uma coleção de documentos, pois ele é o resultado da intervenção do trabalho do pesquisador que transforma documentos em monumentos, buscando evidenciar as regras discursivas que permitiram que tais documentos/textos/enunciados fossem produzidos. (Picanço, 2006, p. 199)

Sob esse panorama, a autora indica a possibilidade de relacionar a ADF e o Círculo de Bakhtin, pois as discussões sobre concepção de linguagem produzidas no interior do Círculo poderiam contribuir para a teoria do discurso de forma geral. Para a autora, conceitos como bivocalidade, discurso reportado e gêneros do discurso debatidos pelos pensadores do Círculo seriam relacionados às discussões acerca da heterogeneidade do discurso, defendidas pela Análise do Discurso. Assim, seu trabalho possibilitou mostrar que o pensamento dos autores do Círculo de Bakhtin “pode oferecer uma concepção de linguagem compatível com a noção de discurso como um *objeto cambiante*” (PICANÇO, 2006, p. 211, grifo do autor), ou seja, os sentidos deslizam e não permitem a fixação de um significado.

A ADF e a teoria dos pensadores do Círculo de Bakhtin nos orientaram para leitura e análise das fontes de pesquisa: 1. anúncios publicitários televisivos — e 2. enunciados apresentados por estudantes de ensino médio como repostas a questionários e atividades perceptivas. Em uma perspectiva bakhtiniana, o anúncio publicitário televisivo se caracteriza como um gênero discursivo. Bakhtin (2010, p. 261-262) denomina como gêneros discursivos “tipos relativamente estáveis de enunciados”, os quais são constituídos por três elementos “indissolavelmente ligados no todo do enunciado” — um conteúdo temático, um estilo e uma construção composicional — e que são normalmente definidos pelas especificidades de um dado campo da comunicação.

Para Bakhtin (2010), há uma heterogeneidade de gêneros discursivos que apresentam possibilidades infinitas de riqueza e diversidade, visto que se relacionam com a “multiforme atividade humana e porque, em cada campo dessa atividade, é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica um determinado campo”.

Desse modo, no cotidiano, é comum nos depararmos, a todo momento, com essa heterogeneidade de gêneros, desde o simples diálogo trocado com os familiares e amigos até os textos artísticos, científicos, midiáticos, considerados de maior complexidade na teoria bakhtiniana.

De acordo com Bakhtin (2010, p. 261-262), podemos compreender o filme publicitário como um gênero secundário e direcionamos a análise para a “natureza complexa e profunda do enunciado”, pois tivemos como intenção observar integralmente os anúncios selecionados nesta investigação para verificar se o leitor lê criticamente o discurso *engraçado*, *irônico* ou *pejorativo* sobre a língua/cultura hispânica. Segundo o autor:

a diferença entre os gêneros primário e secundário (ideológicos) é extremamente grande e essencial, e é por isso mesmo que a natureza do enunciado deve ser descoberta e definida por meio da análise de ambas as modalidades; apenas sob essa condição a definição pode vir a ser adequada à natureza complexa e profunda do enunciado (e abranger as suas facetas mais importantes); a orientação unilateral centrada nos gêneros primários redundava fatalmente na vulgarização de todo o problema (o behaviorismo linguístico é o grau extremado de tal vulgarização). A própria relação mútua dos gêneros primários e secundários e o processo de formação histórica dos últimos lança luz sobre a natureza do enunciado (e antes de tudo sobre o complexo problema da relação de reciprocidade entre a linguagem e a ideologia). (BAKHTIN, 2010, p. 264).

Portanto, estamos partindo do entendimento de que os anúncios publicitários, em sua variedade de temas, composições formais e técnicas, constituem um gênero do discurso. A partir desse pressuposto, cada enunciado é analisado em sua unicidade, mas também por sua conformação genérica.

Na sequência deste trabalho buscamos mostrar de forma sintética a constituição do *arquivo* que constitui o conjunto de enunciados selecionados e analisados, conforme definido anteriormente, a partir da teoria foucaultiana.

2 OS FILMES PUBLICITÁRIOS E AS PERCEPÇÕES DE ESTUDANTES DE ENSINO MÉDIO: A FORMAÇÃO DOS *ARQUIVOS* DE ANÁLISE

O conjunto de enunciados a serem analisados, isto é, a seleção de dezessete filmes publicitários que usam ou citam a língua/cultura hispânica em seu enredo, e os discursos sobre a língua espanhola e as culturas hispânicas, expressas em repostas a questionário e a atividades dialogadas, que apresentam regularidades de sentido na dispersão de enunciados produzidos e reproduzidos diariamente na sociedade. Esses dois conjuntos de enunciados formam dois *arquivos* de análise que, na perspectiva foucaultiana, são delimitados pelo domínio dos enunciados, articulado de acordo com a priori históricos:

caracterizado por diferentes tipos de positividade e escandido por formações discursivas [...] um volume complexo, em que se diferenciam regiões heterogêneas, e em que se desenrolam, segundo regras específicas, práticas que não se podem superpor. [...] São todos esses sistemas de enunciados (acontecimentos de um lado, coisas do outro) que proponho chamar de arquivo. (FOUCAULT, 2014, p. 157, grifo do autor).

Os enunciados que constituem o arquivo 1 (anúncios publicitários) de estudo apresentam o discurso sobre a língua espanhola sobre o qual discutimos na pesquisa. O discurso, segundo Foucault (2014, p. 143), seria:

um conjunto de enunciados, na medida em que se apoiem na mesma formação discursiva; ele não forma uma unidade retórica ou formal, indefinidamente repetível e cujo aparecimento ou utilização poderíamos assinalar (e explicar, se for o caso) na história; é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência. O discurso, assim entendido, não é uma história; o problema não consiste em saber como e por que ele pôde emergir e tomar corpo num determinado ponto do tempo; é de parte a parte, histórico — fragmento de história, que coloca o problema de seus próprios limites, se seus cortes, de suas transformações, dos modos específicos de sua temporalidade, e não de seu surgimento abrupto em meio às complicitades do tempo. (FOUCAULT, 2014, p. 143).

Nesse contexto, a compreensão de que uma dada abordagem, caracterizada como *engraçada*, *irônica* ou *pejorativa* e dada ao idioma/cultura hispânicos nas peças publicitárias, e as recorrências de enunciados com informações semelhantes, relacionados nas respostas dos questionários, constituiriam uma formação discursiva decorrente da observação da regularidade de sentido apresentada nos anúncios na conceituação feita por Foucault, de que:

no caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva. (FOUCAULT, 2014, p. 47, grifo do autor).

Tal formação discursiva é reconhecida no arquivo 1 de análise, organizado desta maneira: são dezessete anúncios publicitários televisivos de produtos variados que utilizavam e/ou citavam a língua espanhola ou aspectos relacionados à cultura dos países hispano-falantes em seu conteúdo, sendo 4 referentes a automóveis; 1 referente a tubos e conexões; 1 sobre chinelos de borracha; 1 referente a uma operadora de celular; 5 sobre cartão de crédito ou débito; 3 sobre escola de idioma; 1 referente a uma loja de calçado; e 1 sobre loja de móveis e eletrodomésticos.

Para analisar os anúncios, definimos duas categorias: (i) abordagem “engraçada, irônica ou pejorativa” e (ii) abordagem “não engraçada, não irônica ou não pejorativa” (Abordagem 2).

A abordagem 1 predomina nos gêneros discursivos analisados. Ainda é possível afirmar que a maioria dos anúncios se apoia no presumido que ressoa no bordão “La garantía soy yo”, muito famoso nos anos 1990, e que ainda hoje é muito citado com o objetivo de depreciar algum produto ou serviço. Esse bordão foi o ponto alto de uma peça publicitária que anunciava uma marca de videocassete. Na peça, uma personagem, caracterizada como um “japonês do Paraguai”, utilizava essa expressão para garantir a qualidade do produto, ou seja, ironicamente indicava a má qualidade do aparelho eletrônico vendido por sua loja. Nessa perspectiva, a correlação se apresenta por evidenciar

a padronização de um discurso depreciativo sobre o idioma/cultura hispânicos, nesta situação, ao fazer referência aos produtos contrabandeados que chegam ao Brasil pela fronteira paraguaia. No entanto, se observados de forma ampla, o bordão e os efeitos de sentido produzidos pelos anúncios analisados para este estudo encerram humor.

Após a reunião e análise do arquivo 1 de pesquisa, iniciamos a coleta de dados que poderiam afirmar ou negar a premissa levantada inicialmente no trabalho de investigação: se a regularidade de sentido sobre a língua/cultura hispânicas expressa em anúncios publicitários televisivos brasileiros era percebida por estudantes de Ensino Médio que optaram por estudar a língua e se, de alguma maneira, tal recorrência influenciaria em sua disposição para o seu ensino e aprendizagem da língua.

Para a formação do *arquivo 2*, aplicamos duas versões de questionários para 868 estudantes, estruturadas em três seções com os seguintes títulos: (i) dados sobre a escola; (ii) dados sobre o/a estudante; e (iii) dados sobre a língua. Os dados solicitados em cada uma dessas partes foram pensados com o objetivo de reunir informações que nos possibilitassem delinear um perfil das escolas e estudantes participantes e, ainda, suas percepções sobre o idioma espanhol em contexto de ensino e aprendizagem. Em seguida, realizamos as duas atividades perceptivas em que houve uma roda de conversa com parte dos estudantes, após a visualização/leitura de alguns dos anúncios do arquivo 1. Infelizmente não há espaço neste artigo para ampliar as discussões sobre cada enunciado analisado na investigação, mas é importante ressaltar que a partir desse conjunto de enunciados apresentamos uma formação discursiva que constrói sua regularidade de sentido na identificação com/dos estereótipos construídos historicamente sobre o outro, ou seja, de um imaginário construído socialmente sobre os sujeitos hispanofalantes e sua(s) cultura(s).

A seguir apresentamos uma discussão sobre a questão da invisibilidade da língua espanhola buscando compreender os condicionantes sócio-culturais que podem explicar sua permanência, pois esperávamos, após 10 anos da promulgação da lei 11.161, encontrar uma situação diferente entre os alunos do Ensino Médio.

3 A (IN)VISIBILIDADE DA LÍNGUA ESPANHOLA E SUAS CULTURAS NAS ESCOLAS: ESTUDOS E DISCUSSÕES SOBRE SUAS CONDIÇÕES DE EXISTÊNCIA

Ao analisar os dados, não confirmamos a premissa inicial de que os estudantes perceberiam o discurso já citado e que ele, de alguma forma, influenciaria a disposição desses mesmos estudantes para o ensino e aprendizagem da língua. Contudo, os dados nos deram um novo caminho para seguir com a investigação, evidenciando certa invisibilidade sobre o idioma espanhol de forma geral em nossa sociedade. Nesse sentido, verificamos que os estudantes não percebiam os anúncios que citavam a língua e que as suas referências sobre ela eram muito pouco expressivas nos anos iniciais de estudo, pelos menos, ao considerarmos suas indicações nos questionários usados para a coleta dos dados.

Nessa ótica de observação de análise, constatamos uma coincidente não percepção dos estudantes sobre os anúncios com uso/citação da língua/cultura hispânica – afirmado e reafirmado nos instrumentos de colhimento dos dados, questionário e atividade perceptiva 2, respectivamente

–, com as inexpressivas referências apontadas pelos estudantes de suas recordações sobre a língua e seus referentes culturais, principalmente nos primeiros anos de estudo da disciplina.

Ao buscar autores para debater a questão, deparamo-nos com algumas pesquisas já realizadas, no âmbito da Linguística Aplicada, que discutem a (in)visibilidade da América Latina no ensino de espanhol e na formação do professor de espanhol.

Em grande parte, são trabalhos que investigam os discursos e as crenças dos sujeitos da escola: professores, pais e estudantes. Um dos trabalhos de investigação que buscam problematizar a (in)visibilidade do idioma e o papel do professor na superação dessa interdição intitula-se “Memórias e identidades latino-americanas invisíveis e silenciadas no ensino-aprendizagem de espanhol e o papel do professor”. Neste estudo, Lessa (2013, p. 17-28) realiza, a partir de uma concepção socioconstrucionista do discurso e do conceito de memória social, uma discussão sobre a (in)visibilidade e sobre o papel do professor como aquele que possibilita, em um trabalho somado aos meios de comunicação e aos livros didáticos, a circulação ou o silenciamento de discursos e conteúdos sobre a América Latina.

Outro trabalho representativo dessa questão é “Representações sobre a América Latina em livros didáticos de língua espanhola, de história, de geografia e de sociologia”. Nesta investigação, Lima (2013, p. 29-50) buscou verificar as representações sobre a América Latina em manuais didáticos do Ensino Fundamental e Médio selecionados pelo Plano Nacional do Livro Didático – PNLD. Sua análise demonstrou que apenas dois dos treze livros destinavam unidades para discussão de temas específicos sobre a região do continente americano. Para a autora, isso pode tornar difícil a construção de uma cidadania/identidade latino-americana.

A pesquisa de Zolin-Vesz (2013, p. 51-62) intitulada “A Espanha como único lugar em que se fala a língua espanhola: a quem interessa essa crença?” procurou identificar os aspectos sociopolíticos que envolvem a crença de que a Espanha é a primeira e/ou única referência quando se pensa em países que falam espanhol. O autor observa essa crença a partir das vozes de atores sociais da escola e da família em uma escola pública de ensino fundamental que oferta a língua como disciplina obrigatória em sua matriz curricular. De acordo com o autor, esse crédito dado à Espanha, e a prática de empregar o país como exemplo de aspectos culturais e linguísticos relacionados ao idioma, retrata uma questão ética e política sobre a invisibilidade da América Latina no ensino e aprendizagem do espanhol, concluindo que, colocar em debate tal crença, pode contribuir com outros questionamentos sobre preconceitos relacionados a estereótipos, à redução e à generalização da identidade da América Latina.

Em seu estudo “Memórias sobre a América Latina na formação de professores de espanhol”, Irineu (2014, p. 21-39) analisou as memórias de um grupo de professores de espanhol sobre a América Latina, vista como uma representação, problematizando a relação do objeto com a formação dos mesmos docentes. A formação do arquivo de análise ocorreu por meio da produção escrita de um memorial. Na análise dos dados, o pesquisador interpretou as projeções memorialísticas nos enunciados produzidos pelos docentes. A observação dos memoriais evidenciou que as práticas pedagógicas desenvolvidas na formação docente indicam uma tendência em silenciar a América Latina enquanto objeto de conhecimento.

Ainda numa mesma perspectiva, “Mercosul: um ilustre desconhecido entre alunos e professores de espanhol” é o título da investigação desenvolvida por Lima et al. (2014, p. 55-67). A partir dos dados gerados em três pesquisas, discutiu-se sobre as evidências de que tanto alunos do ensino superior quanto professores do ensino básico mostram ter apenas informações sobre o Mercosul econômico veiculadas pelas mídias tradicionais. Sendo assim, as autoras defendem que é preciso abordar o Mercosul como conteúdo também educativo, social e cultural no espaço escolar, além de sugerirem maneiras didáticas de como trabalhar o assunto em sala de aula.

Fora do escopo escolar também encontramos alguns trabalhos como o de Bresolin (2013, p. 77-86), intitulado “Los Hermanos e a nossa esperteza – análise de uma piada sobre argentino”. Nesse estudo, Bresolin investigou o modo como uma suposta rivalidade entre brasileiros e argentinos é reproduzida em piadas e confronta os sujeitos ao construir e legitimar representações para cada um dos lados. A pesquisadora constatou que o discurso enunciado em tal gênero discursivo reproduz, entre outros sentidos, o *ethos* do brasileiro esperto e do argentino odiado.

Ampliando um pouco mais o escopo das pesquisas, Valdivia (2014, p. 163-178) problematiza a categoria *latina/os* surgida nos Estados Unidos para denominar a parcela da população com raízes na América Latina. Seu trabalho, intitulado “Latina/os e a mídia: uma categoria nacional com implicações transnacionais” questiona a relação de amor/ódio ou medo/desejo existente entre os Estados Unidos e os latinos, sustentada por representações de latinos na mídia de forma geral. De acordo com a autora, a veiculação transnacional dessas representações, mediada pela cultura popular, maximiza sua presença e seus significados ao redor do planeta, produção de sentido que mereceria ser analisada.

É interessante observar que, em uma dispersão temática de objetos problematizados, há a recorrência de uma invisibilidade que envolve a língua espanhola (especialmente o da América Latina, onde está o maior número de falantes do idioma) e seus referentes culturais, no mesmo sentido descortinado na leitura dos dados da investigação acadêmica. Destacamos, no entanto, que o trabalho desenvolvido por Lessa é o que está mais estreitamente relacionado ao nosso estudo, pois a autora propõe que a prática pedagógica do professor de espanhol como língua estrangeira pode contribuir para uma mudança de perspectiva em relação a esses silenciamentos. Nesse sentido, Lessa chama a atenção de todos

para o papel ético dos professores — que também são autoridades e formadores de consciência e cidadania, e fazem escolhas sobre o material usado em sala de aula. São opções de ordem política, que vão influenciar a formação dos aprendizes. Se as culturas latino-americanas e suas variedades linguísticas são tratadas periféricamente ou omitidas nos livros didáticos, cabe ao professor problematizar essa questão e fazer opções que ampliem o horizonte cultural dos aprendizes, de modo que, em vez de uma única memória, possam emergir em sala de aula a diversidade cultural e múltiplas memórias. (LESSA, 2013, p. 25).

Tanto a nossa pesquisa como a de Lessa (2013) indicam que a prática do professor contribui com a ampliação dos referentes culturais que permitem que os estudantes estejam mais preparados para fazer suas interpretações em situações que envolvem o idioma estudado; se não fosse assim, não teríamos alterações nos enunciados dos sujeitos pesquisados quando comparamos os dados dos primeiros com os últimos anos de estudo.

Lessa destaca ainda que, a partir de sua busca teórica, “a questão que subjaz à invisibilidade da América Latina no ensino-aprendizagem de espanhol está relacionada com o colonialismo”. Dentro de nosso panorama de análise, não temos subsídios teóricos para concordar com tal afirmação, pois, para isso, teríamos que confrontar os dados deste estudo com referências histórico-bibliográficas, o que não é o foco neste momento.

No entanto, apenas como uma observação, é importante dizer que há estudos como os de Jaeger (2009) e Rodrigues (2010) que questionam a permanência, no Brasil, do mito da ilha ou do isolamento linguístico: uma nação homogênea, falante de uma única língua, cercada por nações falantes de outras línguas — em especial o espanhol. Além da variedade de línguas (de matrizes europeias, africanas e americanas — especialmente indígenas) faladas no território brasileiro, é possível pensar que, em uma perspectiva bakhtiniana, não há nação, grupo ou comunidade que não seja marcada pela heteroglossia dialógica e pela diferença. O plurilinguismo bakhtiniano sempre pressupõe a heteroglossia como condição de existência das línguas nacionais. Da mesma forma, é possível encontrar também alguns estudos e interpretações sobre as relações entre o Brasil e a América Hispânica em uma perspectiva histórica marcada pelas disputas territoriais e políticas. É importante ressaltar que a história da integração latino-americana tem sido marcada pela disputa de liderança entre Brasil e Argentina ou entre Brasil e México, por vezes fundamentada em um desenvolvimentismo nacional e outras pela ideia de proteção regionalista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tomando como prioridade a voz do sujeito pesquisado, o estudante de Ensino Médio, deixamos para trás uma premissa de análise que não se confirmou e nos orientamos para outra possibilidade de leitura dos dados colhidos. Foi dessa maneira que desvelamos uma significativa (in)visibilidade da língua espanhola e seus referentes culturais na dispersão de enunciados analisados a qual se mostrou mais característica nas positivities discursivas dos aprendizes pertencentes ao primeiro ano de estudo da língua estrangeira em questão.

O contexto institucional escolar, a prática docente de língua estrangeira, o anúncio publicitário televisivo com indicações linguísticas e culturais de/sobre determinado país, tudo isso contribui para a propagação de discursos, os mais diversos, sobre uma língua e sua identidade cultural. De início, tínhamos um conjunto de discursos sobre o idioma espanhol observado em determinado gênero discursivo. No entanto, não nos interessaram esses discursos em si, mas, sim, analisar sua relação com outros discursos e observar suas condições de existência e de apreensão por outros sujeitos.

As análises apresentadas neste artigo não são suficientes para que se façam ver as constatações anunciadas como resultados de pesquisa, o que significa dizer que o recorte feito da dissertação para o artigo não foi retoricamente adequado.

Para tanto, discorreremos sobre tais discursos e apresentamos sua positividade, materialidade discursiva, categorizando-os como *engraçado*, *irônico* ou *pejorativo* dentro de uma compreensão de que se constitui como acontecimento discursivo que expressa um tom humorístico. Contudo, nem todos os espectadores riem e, quando não riem, provavelmente é porque ocorre algum procedimento de interdição do discurso.

O procedimento de interdição para compreensão do discurso não se limita, obviamente, à questão do riso. Isso se evidencia de forma clara na não *percepção*, por parte dos sujeitos pesquisados, dos anúncios televisivos que citam ou utilizam o discurso recortado por nós na pesquisa. Nesse sentido, o discurso humorístico sobre o idioma espanhol se inscreve, como qualquer outro, nos procedimentos de controle, instituídos historicamente e socialmente de forma a dominar a proliferação dos discursos.

Em sua obra “A ordem do discurso”, Foucault trata (1999), além dos procedimentos de controle externos ao discurso, de outros dois tipos de procedimentos que organizam a ordem do discurso: a sujeição e a rarefação. Nesse sentido, afirma que os sujeitos que proferem os discursos são limitados por regras que envolvem o comentário, o autor, a disciplina, o ritual, as sociedades do discurso, as doutrinas e as apropriações sociais do discurso.

De todos esses sistemas de sujeição e de controle do discurso, que se inter-relacionam sem a delimitação do espaço de cada um, aqui apresentados de forma breve e a grosso modo, o que queremos destacar é aquilo que autor define como *apropriações sociais dos discursos*, no entendimento de que toda sociedade tem instituições responsáveis pela distribuição dos discursos, que gerenciam as apropriações. Na perspectiva foucaultiana:

em escala muito mais ampla, é preciso reconhecer grandes planos no que poderíamos denominar a apropriação social dos discursos. Sabe-se que a educação, embora seja, de direito, o instrumento graças ao qual todo indivíduo, em uma sociedade como a nossa, pode ter acesso a qualquer tipo de discurso, segue, em sua distribuição, no que permite e no que impede, as linhas que estão marcadas pela distância, pelas oposições e lutas sociais. Todo sistema de educação é uma maneira política de manter ou de modificar a apropriação dos discursos, com os saberes e os poderes que eles trazem consigo. (FOUCAULT, 1999, p. 43).

Ao tomar as palavras do autor sobre as formas de controlar o discurso, chamamos a atenção não para o viés coercitivo que se apreende, comumente, sobre a teoria, mas nos posicionamos para a questão da subjetivação ao refletir sobre as práticas que contribuem para repensar como os saberes produzem o que nós somos. Desse modo, perguntamo-nos sobre como nossas práticas pedagógicas contribuem ou podem contribuir para uma mudança nesse quadro de ausências sobre a língua espanhola em nossa sociedade. Uma possibilidade seria a superação da cultura do silêncio, infelizmente ainda muito comum no espaço escolar. Para isso, a escola não poderia continuar consagrando, como afirma Martín-Barbero (2014, p. 24): “uma linguagem retórica e distante da vida, de suas penas, suas ânsias e suas lutas, tornado absoluta uma cultura que asfixia a voz própria”.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M.M. **Estética da criação verbal**. Introdução e tradução de Paulo Bezerra. 5. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

BRESOLIN, A. R. Los Hermanos e a nossa esperteza – análise de uma piada sobre argentinos In: ZOLIN-VESZ, F. (Org.). **A (in)visibilidade da América Latina no Ensino de Espanhol**. Campinas: Pontes Editores, 2013. p. 77-86.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

_____. **A ordem do discurso**. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 5. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

GILL, R. Análise de discurso. In: BAUER, M. W. GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som – um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 11 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. p. 244-270.

GREGOLIN, M. do R. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 11, p. 11-25, nov. 2007. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/105>>. Acesso em: 15/6/2014.

IRINEU, L. M. Memórias sobre a América Latina na formação de professores de espanhol In: LIMA, L. M. (Org.) **A (in)visibilidade da América Latina na formação do professor de espanhol**. Campinas: Pontes Editores, 2014. p. 21-39.

JAEGER, D. Língua espanhola nas escolas brasileiras, integração e política linguística: reflexões em torno da aprovação da Lei 11.161/2005. **Espaço Acadêmico**, Maringá, v. 9, n. 97, p. 31-36, jun. 2009. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/7171>>. Acesso em: 19 out. 2015.

LESSA, G. da S. M. Memórias e identidades latino-americanas invisíveis e silenciadas no ensino-aprendizagem de espanhol e o papel do professor. In: ZOLIN-VESZ, F. (Org.) **A (in)visibilidade da América Latina no Ensino de Espanhol**. Campinas: Pontes Editores, 2013. p. 17-28.

LIMA, L. M. Representações sobre a América Latina em livros didáticos de língua espanhola, de história, de geografia e de sociologia. In: ZOLIN-VESZ, F. (Org.) **A (in)visibilidade da América Latina no Ensino de Espanhol**. Campinas: Pontes Editores, 2013. p. 29-50.

LIMA, L. M. et al. Mercosul: um ilustre desconhecido entre alunos e professores de espanhol In: LIMA, L. M. (Org.) **A (in)visibilidade da América Latina na formação do professor de espanhol**. Campinas: Pontes Editores, 2014. p. 55-67.

PICANÇO, D. C. de L. **Discurso, linguística e história**. 2006, 220f. Tese (Doutorado em Letras) – Setor de Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, 2006. Disponível em: <<http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/3605/tese+deise+pican%20o.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 6 dez. 2015.