

Laura Villa
llauraviga@hotmail.com

José Del Valle
jdelvalle@gc.cuny.edu

¡Oye!: Língua e negócio entre o Brasil e a Espanha

¡Oye!: Language and business between Brazil and Spain

RESUMO – Neste estudo sobre a promoção internacional do espanhol, centramos a análise no acordo *¡Oye! Español para profesores*, assinado em setembro de 2006 entre o Banco Santander espanhol e a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, cuja finalidade era a formação de 45.000 professores de espanhol para atuarem no ensino médio brasileiro. O acordo, que envolveu também o Instituto Cervantes espanhol, recebeu uma forte oposição por parte da comunidade educacional, que se mobilizou para sustar sua implementação. Neste trabalho, apresentamos e analisamos diferentes ações e discursos face ao acordo por parte dos agentes envolvidos no debate, ao mesmo tempo em que examinamos a cobertura midiática que receberam tanto o acordo em si quanto os discursos e ações em favor ou contra ele. Por um lado, mostramos que os interesses econômicos preponderam sobre a cooperação cultural, e que as ações dos agentes da promoção lingüística seguem uma lógica empresarial que aborda a promoção da língua como uma atividade lucrativa e um ponto de penetração comercial. Por outro lado, tivemos a reação dos oponentes ao acordo em termos das tensões provocadas pela convivência de contextos nacionais e globais de política lingüística. Concluimos que algumas das estratégias dos agentes de promoção do espanhol e das empresas espanholas em expansão para se contrapor à resistência foram, de um lado, a elisão ideológica da oposição e, de outro, a criação de uma comunidade alternativa, a comunidade ibero-americana, na qual suas operações se neutralizam e sua presença fica naturalizada.

Palavras-chave: Banco Santander, commodificação lingüística, espanhol no Brasil, globalização, ideologia lingüística, Instituto Cervantes, promoção lingüística, *¡OYE!*, Secretaria de Educação do Estado de São Paulo.

ABSTRACT – In this study about the international spread of the Spanish language, we focus on the analysis of the agreement *¡Oye! Español para profesores*, signed in September 2006 by Spain's Banco de Santander and the Department of Education of the State of São Paulo. The purpose of the agreement, which also involved the Cervantes Institute, was the training of 45,000 teachers of Spanish to operate in Brazilian Secondary Education. It was for the most part rejected by the education community, which mobilized to stop its implementation. In this article we describe and analyze different actions and discourses surrounding the agreement and the ensuing controversy, and examine the media coverage of both the agreement and the opposition to it. On the one hand we show that economic interests take priority over cultural cooperation, and that language spread agents follow a business logic, approaching language spread as a lucrative activity and as the spearhead of commercial diffusion. On the other hand, we interpret the reaction of opponents to the agreement in terms of the tensions brought about by the coexistence of national and global contexts in language policy. We concluded that some of the strategies used by the agents of language promotion and commercial expansion in order to counter resistance were, first, the erasure of the opposition and, second, the building of an alternative community, the iberoamerican community, in which the political nature of their operations was neutralized and their presence naturalized.

Key words: Banco Santander, linguistic commodification, Spanish in Brazil, globalization, linguistic ideology, Instituto Cervantes, language spread, *¡OYE!*, Department of Education of the State of São Paulo.

Neste trabalho, estudamos a polêmica implementação de um acordo entre o Banco Santander espanhol e a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, descrevendo e analisando diferentes ações e discursos face ao acordo, por parte de alguns dos agentes envolvidos no debate, a saber, os participantes, seus oponentes, e os meios de comunicação. A colaboração, cuja finalidade era a preparação, num período de cinco anos, de 45.000 professores de espanhol para atuarem no ensi-

no médio brasileiro, recebeu o nome *¡Oye! Español para profesores*.

Nossa análise, num primeiro momento, insere-se numa série de tradições analíticas interessadas no estudo crítico das dimensões políticas da língua e, portanto, centradas em questões de desigualdade em relação à distribuição de recursos, legitimidade, poder, autoridade e acesso. Estas tradições, vastas demais para serem tratadas em detalhe aqui, incluem o trabalho desenvolvido por

autores como Bourdieu (1991), Fairclough (1989) e Rajagopalan (2003). O segundo marco que adotamos é oferecido pelos estudos de promoção lingüística, cujas bases conceituais e linhas de investigação foram estabelecidas principalmente em Calvet (1974); Cooper (1982); Fishman *et al.* (1977); Pennycook (1994) e Phillipson (1992). Porém, já que entendemos o conceito de *agency*, ou seja, capacidade de ação, como central para interpretar os interesses econômicos por trás da cooperação cultural, o nosso ponto de partida será uma versão revisada da clássica pergunta de Cooper sobre a promoção das línguas, “Who adopts what, when, why and how?” (Cooper, 1982, p. 31), ou seja, quem adota o quê, quando, por que e como. No seu lugar, propomos uma reformulação dessa pergunta que enfatiza não apenas a adoção, ou seja, o ponto de vista do falante, mas também, e principalmente, a promoção lingüística, quer dizer, as ações dos promotores: *Quem promove ou rejeita o que, quando, por que e como?* É precisamente por essa razão que escolhemos o termo *promoção lingüística*, em vez de uma tradução mais literal do inglês *language spread*, posto que, como critica Phillipson (1992), entendemos que *spread* - ou *extensão* - implicitamente sugere um processo espontâneo e natural. Além disso, trabalhamos com duas categorias que têm contribuído intensamente para a reorientação dos estudos de política lingüística (PL) nos últimos tempos. A primeira delas é o conceito de globalização ou, mais especificamente, as tensões entre os fenômenos e contextos de desenho e implementação de PLs tipicamente nacionais e os tipicamente globais. Este tipo de tensão foi estudado, por exemplo, por Monica Heller (1999a, 1999b), no caso do francês no Canadá, que se define como senha de identidade grupal e, ao mesmo tempo, como um capital valioso nos mercados lingüísticos globais. Para um tratamento geral desse assunto, pode-se consultar Wright (2004). A segunda categoria central da nossa análise é a de ideologias lingüísticas, ou seja, representações da linguagem criadas discursivamente para legitimar interesses socialmente localizados, definição que elaboramos baseando-nos nos trabalhos incluídos em Del Valle (2007a), Kroskrity (2000) e Schieffelin *et al.* (1998).

Del Valle (2007b) oferece um estudo detalhado das PLs da Espanha, em particular aquelas desenhadas e implementadas para assegurar o *status* do espanhol internacionalmente. Por um lado, analisou a renovação da Real Academia Espanhola em termos de esforços para consolidar a irmandade pan-hispânica e para projetar uma imagem positiva do espanhol. Dois exemplos destes esforços

para melhorar o *status* da instituição foram sua opção por uma política de cooperação com todas as academias da língua espanhola e a adoção de um novo slogan, “unidad en la diversidad”, que substituiu o velho “limpia, fija y da esplendor” (AALE, 2004). Por outro lado, Del Valle descreveu as ações de apoio do governo espanhol à promoção internacional da língua, principalmente através da criação do Instituto Cervantes, em 1991, modelado a partir de agências como o British Council ou a Alliance Française. Em suas atividades, esse instituto tem recebido apoio de bancos e empresas espanholas, como Telefónica, Endesa, Banco Santander ou Repsol YPF, que fizeram grandes investimentos na América Latina desde a década de 1990 (Bonet e de Gregorio, 1999; Casilda Béjar, 2001).

Del Valle e Villa (2006, 2007) mostraram que a emergência do Mercosul criou oportunidades para os agentes das políticas econômicas e lingüísticas espanholas no exterior. Naquele trabalho, discutimos de que maneira instituições da Espanha, com apoio financeiro de bancos e empresas espanholas, e com a conviência do governo brasileiro, desenharam e implementaram políticas de promoção do espanhol no Brasil, e concluímos que os objetivos e as estratégias desses agentes seguiam uma lógica empresarial e abordavam a promoção da língua como uma atividade lucrativa e um ponto de penetração comercial.

O espanhol no Brasil¹

A comunidade econômica regional criada como resultado da assinatura do Tratado de Assunção e o nascimento do Mercosul pretendiam não apenas promover o livre comércio e o fluxo aberto de pessoas e bens entre os Países Membros, mas também alcançar uma integração lingüística e educacional. No que diz respeito à integração lingüística, o Artigo 17 do Tratado de Assunção (Mercosul, 1991) declarou tanto o português quanto o espanhol línguas oficiais do Mercosul, oficialização que foi ratificada pelo Artigo 46 do Protocolo de Ouro Preto (Mercosul, 1994), assinado três anos após a criação de Mercosul. No que diz respeito à educação, no mesmo ano do referendo do Tratado de Assunção, os ministros de Educação dos quatro países membros assinaram um Protocolo de Intenções (Mercosul Educacional, 1991) adicional, que considerava “que a Educação tem um papel fundamental para que esta integração se consolide e se desenvolva” e “para fortalecer a ampliação das atuais dimensões de seus mercados nacionais, a livre circulação de bens, serviços e fatores de produção” posto que a educação é o “elemento dinamizador que

¹ A análise que se faz a partir daqui apresenta alguns dos temas desenvolvidos em detalhe em Del Valle e Villa (2006, 2007). O *corpus* atual acrescenta aos textos usados naqueles trabalhos os materiais dos sites do Instituto Cervantes, do Universia, do Banco Santander e da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, criadores e defensores do curso; a página da *web* *¡Oye y pronúnciate!* e a da Associação de Professores de Espanhol do Estado de São Paulo, opositores do acordo; e as versões virtuais dos jornais *O Globo* e *a Folha de S. Paulo*, *El País*, *Addenda et corrigenda* e *Unidade na diversidade*, modelos da perspectiva brasileira, da espanhola, e da dos opositores, respectivamente.

permitirá acelerar os processos de desenvolvimento econômico com justiça social e consolidar o caminho da integração” (Mercosul Educacional, 1991, p. 1). Eis que uma das necessidades que então se propunha girava em torno do fomento de “programas de formação e intercâmbio de docentes, especialistas e alunos com o objetivo de facilitar o conhecimento da realidade que caracteriza a Região e promover um maior desenvolvimento humano, cultural, científico e tecnológico” (Mercosul Educacional, 1991, p. 1), e, especificamente no que diz respeito às línguas, se declarava “o interesse de difundir o aprendizado dos idiomas oficiais do MERCOSUL – Espanhol e Português – através dos Sistemas Educacionais formais, não formais e informais” (Mercosul Educacional, 1991, p. 1).

Certamente o Mercosul foi o marco para a aparição de alguns acordos entre os países membros a respeito da equiparação e promoção da educação a nível supranacional. No que se refere ao estudo da língua espanhola, é a Argentina o país hispanofalante do Mercosul que tem destinado maiores esforços econômicos e humanos na sua promoção². No entanto, os esforços mais visíveis de promoção do espanhol no Brasil, a julgar pelo número de acordos e pela cobertura que a mídia faz deles, são os que surgem das agências espanholas. Estudos anteriores têm mostrado que suas ações resultam num monopólio tanto no que diz respeito à elaboração de materiais e do conseqüente privilégio da variedade europeia da língua (Bugel, 2005) quanto da formação de um imaginário da língua espanhola no Brasil (Carvalho e Irala, 2007). De fato, as agências espanholas vêm, desde a década de 1990, apresentando o mercado lingüístico no Brasil como um ponto chave para a promoção internacional do espanhol e, em colaboração parcial com empresas espanholas, têm investido muito na promoção da língua no Brasil a partir de diversas frentes: os *Congresos Internacionales de la Lengua Española* de Valladolid e Rosario dedicaram especial atenção ao Brasil em diferentes seções e comunicações; os jornais espanhóis cobrem, de maneira especialmente triunfalista, o sucesso da PL espanhola neste país; a Casa Real Espanhola promove, em suas visitas ao Brasil, a cooperação cultural com a Espanha; o *Premio Príncipe de Asturias* foi outorgado recentemente, em duas ocasiões, a personalidades brasileiras (*Premio de Cooperación Internacional* a Fernando Henrique Cardoso em 2000 e *Premio de Literatura* a Nelida Piñón em 2005)³.

Essas negociações e significativas manobras dos diplomatas da Espanha durante mais de dez anos resulta-

ram na aprovação, em julho de 2005, pela Câmara dos Deputados, de um projeto de lei (PL 3987/2000) que tornaria obrigatória em todas as escolas de ensino médio do Brasil a oferta de cursos de espanhol como segunda língua, ainda que seu estudo se mantivesse optativo para os alunos. O projeto, finalmente assinado pelo presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, como Lei 11.161 (Governo do Brasil, 2005), em agosto de 2005, deverá ser implementado gradualmente até 2010 em todas as escolas de ensino médio e, de maneira opcional, também nos últimos três anos do ensino fundamental. Desde então, o Brasil se tornou, mais do que nunca, uma prioridade para as agências de PL espanholas, e, imediatamente após a assinatura da lei, César Antonio Molina, o então diretor do Instituto Cervantes e posteriormente Ministro de Cultura, anunciou a abertura de sete novos centros culturais e de língua em todo o país.

¡Oye! Espanhol para professores

Mais recentemente, em 6 de setembro de 2006, Emilio Botín, presidente do Banco Santander, e Claudio Lembo, governador de São Paulo, assinaram um acordo para colaborar no treinamento de aproximadamente 45.000 professores de espanhol nos próximos cinco anos. O projeto, intitulado *¡Oye! Espanhol para profesores*, consistiria num curso de 600 horas, a ser completado inteiramente a distância e num máximo de dois anos, se dirigia a professores que já estivessem atuando em sala de aula na rede pública estadual, qualquer que fosse sua área de especialização. O curso se dividia em cinco módulos, de 120 horas cada um, quatro dos quais buscavam a formação dos docentes num plano lingüístico, isto é, estudo da língua espanhola propriamente dita em quatro níveis – inicial, intermediário, avançado e superior – um por módulo, reservando-se o quinto módulo para questões pedagógicas, quer dizer, apresentação de metodologias de ensino do espanhol como língua estrangeira.

Além do Banco Santander e da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, o projeto incluiu a cooperação do Instituto Cervantes, três universidades do Estado de São Paulo e do Universia (uma rede universitária de 985 universidades em toda a América Latina patrocinada pelo Banco Santander)⁴. A Secretaria de Educação forneceria a cobertura institucional necessária e recursos tecnológicos como o *site Rede do Saber*⁵, na própria página da Secretaria na *web*, onde se poderiam colocar videoconferências e outros materiais virtuais. O Banco

² Temos, assim, notícia de um acordo de intercâmbio de professores entre Brasil e Argentina assinado poucos dias após a aprovação da Lei 11.161 (Governo do Brasil, 2005), que tornou obrigatória a oferta do espanhol no ensino médio brasileiro e da qual nos ocupamos a seguir.

³ Uma análise detalhada de como essas ações estão diretamente relacionadas à promoção da língua pode ser encontrada em Del Valle e Villa (2006, 2007).

⁴ Disponível em www.universia.com.br/ondeestudar/parceiras.jsp, acesso em 28/03/2008.

⁵ Disponível em www.rededosaber.sp.gov.br/, acesso em 28/03/2008.

Santander financiava o projeto, enquanto o Univerisia dirigiria o curso e coordenaria os instrutores. O Instituto Cervantes ofereceria os materiais para desenvolver a competência em espanhol dos candidatos, além da plataforma virtual do curso, através do *Centro Virtual Cervantes*⁶. As três universidades de São Paulo iriam fazer a seleção dos tutores do curso e desenvolver a parte do programa dedicada às metodologias de ensino do espanhol, trabalho para o qual seriam usados os recursos oferecidos pelo Instituto Cervantes.

Apenas uns dias depois de o acordo se tornar público, um setor da comunidade educacional de São Paulo se mobilizou para evitar que entrasse em vigor. Os oponentes incluíam estudantes e docentes das universidades paulistas tanto quanto associações brasileiras de professores de espanhol, sendo a Associação de Professores de Espanhol do Estado de São Paulo a mais ativa. Eles escreveram um *Manifesto pela qualidade na implantação do ensino do espanhol na Rede Pública do Estado de São Paulo* (APEESP, 2006a), assinado por mais de 800 estudantes e professores, e criaram o site *¡Oye y Pronúnciate!*⁷, para oferecer informações sobre o acordo. As principais reivindicações dos oponentes se construíram em torno de dois eixos: por um lado, as negativas repercussões do fato de criar um espaço alternativo para treinar professores, menos especializado que os programas universitários; e, por outro, as perigosas consequências de dar a instituições estrangeiras, neste caso ao Banco Santander e ao Instituto Cervantes, um papel tão central no sistema educativo público estadual. Em ambos os casos, os professores e estudantes oponentes ao projeto *¡Oye!* solicitavam reter o controle na formação de docentes de espanhol como segunda língua. Além disso, a Associação de Professores de Espanhol do Estado de São Paulo se mobilizou, dando muita importância à questão da formação dos docentes em aberta oposição ao acordo, no *XII Congresso Brasileiro de Professores de Espanhol*⁸, realizado em agosto de 2007, bem como organizando um *Fórum de professores de espanhol do Estado de São Paulo sobre Formação de professores: demandas e desmandos*⁹, em março de 2007, ou uma *Jornada de espanhol com o título Formação de professores e práticas pedagógicas*¹⁰, em setembro de 2007. Embora o acordo não fosse formalmente anulado, algumas das petições dos opositores atingiram a Secretaria de Educação, que foi forçada a introduzir importantes modificações no discurso de descrição e valoração do projeto, como resume a então presidente da APEESP, informando sobre as decisões tomadas numa

reunião com representantes da Secretaria de Educação, que teve lugar em 19 de setembro de 2006:

- a) A Secretaria de Educação do Estado de São Paulo colocou no site (www.educacao.sp.gov.br/vc/vc17.html) um comunicado intitulado “Curso de Língua Espanhola”, no qual deixa claro que este projeto “faz parte do conjunto de ações de formação continuada de educadores, sendo oferecido a professores e funcionários da rede pública estadual, portadores de diploma de licenciatura” e que “isoladamente não habilita seus concluintes ao exercício como docente de espanhol na rede pública”.
- b) Foi solicitado ao Univerisia que retirasse a referida notícia [em que se descrevia o acordo como “fórmula mágica” para suprir a necessidade de professores de espanhol], pois veiculava informações não condizentes com a proposta e seus objetivos.
- c) O documento sobre o projeto “Oye” (a proposta pedagógica) foi retirado do site da CENP e está sendo reformulado, de modo que não haja em seu texto imprecisões que causem polêmicas e ruídos no seu entendimento. O novo texto será entregue o mais rápido possível (APEESP, 2006b).

A comunidade educacional mostrou que, para cumprir a atual *Lei de Diretrizes e Bases da Educação* (Governo do Brasil, 1996), a preparação de professores de língua deveria consistir num mínimo de 2.800 horas e deveria ficar em mãos de professores graduados ligados a instituições de educação superior. Com efeito, eles se queixavam no *Manifesto* de que o projeto contribuía

para a criação de duas categorias de professores: a dos formados de acordo com as exigências legais, em cursos de 2.800 horas, avaliadas constantemente pelo Poder Público, e a dos formados à distância, num curso de 600 horas *on-line*, operado por um Banco [...] e um Instituto de Idiomas (APEESP, 2006a).

Dessa maneira, ao mesmo tempo em que eles enfatizavam a ilegalidade do acordo, pelo menos no que se refere a sua incongruência com a legislação vigente, também questionavam a insuficiente qualidade de professores treinados num curso de 600 horas sem contato face a face, em comparação com professores formados em cursos universitários presenciais de cinco anos.

A esse respeito, suas demandas foram, até certo ponto, ouvidas pela Secretaria de Educação, que se sentiu obrigada, como já indicamos, a colocar no seu site uma mensagem explicando que “Este curso, isoladamente, não habilita seus concluintes ao exercício como docentes de Espanhol na rede pública” (SEESP, 2006a). Contudo, a introdução de matizações não nega, ainda que suavize, o discurso dominante, que apresenta o acor-

⁶ Disponível em <http://cvc.cervantes.es/>, acesso em 28/03/2008.

⁷ Disponível em <http://oyeypronunciate.50webs.com/index.html>, acesso em 28/03/2008.

⁸ Pode-se consultar o *Boletim Extraordinário* de 05 de setembro de 2007 com os resultados desse encontro em www.apeesp.com.br/frames.php?pagina=conteudo&opcao=boletim, acesso em 28/03/2008.

⁹ No *Boletim* de 17/03/2007, disponível em www.apeesp.com.br/frames.php?pagina=conteudo&opcao=boletim, acesso em 28/03/2008.

¹⁰ Disponível em www.unifran.br/principal/salaDeImprensa.php?cod=692, acesso em 28/03/2008.

do como uma saída profissional e como uma solução à falta de docentes de espanhol para implementar a Lei 11.161 (Governo do Brasil, 2005). Aliás, a prevalência, apesar das matizações, desse discurso aparece claramente em afirmações públicas como, por exemplo, na primeira videoconferência *¡Oye!*¹¹, na qual Sonia Silva, representante da Secretaria de Educação de São Paulo, apresentando o projeto, afirmou:

Evidentemente que não é uma licenciatura, portanto nós não podemos prometer que todos serão professores de espanhol. [...] Então nesse primeiro momento, eu acho que a gente vai ter oportunidade dos que fizerem esse [esse] curso, [eee] terem aulas de espanhol na rede e nos centros de línguas (SEESP, 2006b).

Torna-se visível a tensão entre, por um lado, a necessidade de responder aos oponentes do projeto (“Evidentemente que não é uma licenciatura”) e, por outro lado, a exigência de justificar o acordo (“terem aulas de espanhol na rede e nos centros de línguas”), de sorte que as matizações introduzidas no discurso dominante são, ao mesmo tempo, anuladas pelo próprio discurso.

Até aqui apresentamos algumas das reivindicações dos opositores a respeito da criação de um espaço de formação de professores alternativo às universidades, mas há um segundo tema que igualmente provocou resistência e que, aliás, desencadeou os comentários mais ásperos: a presença de instituições estrangeiras no centro do sistema educacional público. De fato, no discurso de resistência ao acordo, a atitude do Estado de São Paulo perante o Banco Santander e o Instituto Cervantes é interpretada como uma rendição da soberania. Por exemplo, no *XIII Congresso Brasileiro de Professores de Espanhol*, o representante da APEESP se perguntava:

como justificar o fato de se atribuir a um Instituto de Línguas estrangeiro uma responsabilidade que é de nossas Universidades e, mais do que isso, uma questão de estratégia nacional, já que a Educação de crianças e jovens compete ao Estado? (APEESP, 2007)

Mais um exemplo da crítica à presença estrangeira vem de um professor da Universidade de São Paulo que, no site *¡Oye y Pronúnciate!*, escreveu:

Financiado por un banco extranjero y elaborado por el Instituto Cervantes, institución no universitaria, el plan pretende sustituir al sistema universitario nacional íntegro en la formación del profesor brasileño de español. [...] de ninguna manera podemos aceptar que esa hospitalidad se interprete como licencia para la apropiación e imposición de directivas (Fanjul, 2006).

Esse professor, em sua dura crítica ao convênio, evoca inclusive uma metáfora colonial, através da qual atribui responsabilidade não só às agências espanholas, mas também às autoridades do Estado de São Paulo: “En un mecanismo perverso, el poder público se desmiente a sí mismo, desoye sus propias orientaciones curriculares y, fascinado, compra espejitos de colores que, comparado con lo que el país tiene, ni siquiera brillan” (Fanjul, 2006).

Um outro exemplo desse discurso de resistência à submissão das agências locais e à intervenção estrangeira provém do *Manifiesto*:

Com esse projeto, o estado delega a duas instituições estrangeiras (um banco e um órgão governamental espanhol de difusão da língua espanhola) a função estratégica de formar professores para atuar no Ensino Médio, o qual, segundo os Parâmetros Curriculares do Ensino Médio, tem um papel fundamental na constituição da cidadania dos estudantes que o cursam (APEESP, 2006a).

Este discurso de oposição deve ser entendido no contexto das tensões provocadas pela coexistência dos paradigmas nacional e global, tal como se indicou na introdução deste trabalho: a perspectiva nacional identifica a presença estrangeira como um desafio para o poder do Estado e uma ameaça para a soberania comunitária.

Cobertura midiática ao *¡Oye!* e seus opositores

Até este ponto argumentamos que as agências de PL espanholas, patrocinadas em parte por corporações espanholas, têm planejado e implementado um bom número de políticas para a promoção internacional da língua. Mais especificamente, examinamos como um banco espanhol com fortes interesses econômicos no Brasil e uma instituição espanhola encarregada da promoção da língua juntaram forças para se tornarem o principal ator na formação de professores de espanhol para as escolas públicas

¹¹ A videoconferência (SEESP, 2006b) é a única de que temos notícia. Nela participaram Aglaé Alves Porto, Ana Cristina Muscas Caldeira, Maria Lúcia Vasconcelos, Sonia Silva, da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, e Román Blanco, representante do Banco Santander. O vídeo começa com imagens de professores brasileiros que viajaram à Universidade de Salamanca, graças a uma outra parceria entre a Secretaria e o banco espanhol, com o Canon de Pachelbel como música de fundo e a intercalação da seguinte mensagem: *Conhecimento, dedicação e empenho. Esforço pessoal, perseverança, idealismo e disciplina. Pessoas que se dedicam a outras pessoas. Esta é a vida dos professores. Formar cidadãos conscientes, desenvolver a criatividade e o espírito crítico são seus objetivos. Professores são detentores e semeadores do conhecimento. Sua formação e competência são condições vitais para o desenvolvimento de toda sociedade. Ciente desta realidade e da necessidade de constante atualização cultural, o Banespa abriu uma ponte... Ponte Cultural Banespa: estreitando laços, aproximando culturas para valorizar os professores e incentivá-los em sua missão. Professor, você nasceu para ensinar. E nós, para dar valor a quem ensina.* Depois dessa introdução, Sonia Silva apresenta o projeto e dá a palavra ao representante do Banco Santander. É de salientar que a imagem é congelada após o primeiro minuto da intervenção dele e, devido a uma falha técnica, torna-se impossível visualizar o conteúdo desta primeira e única videoconferência.

de São Paulo. Isso, queremos enfatizar, foi feito desse modo com a cumplicidade do governo estadual. Também mostramos que um setor da comunidade educacional, representada, neste caso, principalmente pela Associação de Professores de Espanhol do Estado de São Paulo e os criadores do site *¡Oye y Pronúnciate!*, desaprovou fortemente a iniciativa, por parecer-lhes uma rendição da soberania em favor de interesses políticos e econômicos alheios, expressando também dúvidas a respeito da qualidade dos professores treinados com a metodologia proposta. Como resultado, esses opositores exigiam que o Estado ficasse com o controle de um assunto tão estratégico como é a formação de professores que atuam no ensino médio. Sem dúvida, os opositores conseguiram êxitos muito importantes, ao mesmo tempo em que se tornaram os principais divulgadores das modificações do projeto *¡Oye!* provocadas por sua resistência¹². Porém, sua posição em relação à mídia e aos poderes e autoridades econômicas e políticas envolvidas na tomada de decisões impediu que eles pudessem deter o acordo ou deliberar sobre a preparação adequada dos professores ou de seus treinadores. Mas, qual foi a repercussão midiática da controvérsia e das ações dos resistentes ao acordo? A polêmica alcançou os meios de comunicação?

Para responder a essas perguntas, fizemos uma pesquisa minuciosa nos jornais de maior circulação no Brasil: *O Globo*, *Folha de S. Paulo* (incluindo *Folha Online*); e da Espanha: *El País*. Nosso objetivo não era apenas recolher artigos sobre o acordo entre as agências espanholas e a SEESP, mas também mostrar qual a importância que os respectivos jornais dão às questões linguísticas. Portanto, além de cobrirmos os meses posteriores ao acordo, chegamos em nossa pesquisa até o momento da aprovação da Lei 11.161, por um lado, e até novembro de 2007, pelo outro. Os resultados para as palavras-chave

pesquisadas (*lei 11.161, manifesto, APEESP, SEESP, Oye, Instituto Cervantes, Universia, Santander e Banespa*) mostram que o jornal brasileiro *O Globo* apenas dá atenção à promoção da língua espanhola, razão pela qual foi excluído da análise¹³. Pelo contrário, os outros dois jornais, *Folha de S. Paulo* e *El País*, informaram mais frequentemente sobre a promoção do espanhol no Brasil, cobrindo, por exemplo, a aprovação da lei, a necessidade de professores de espanhol no Brasil, ou a implantação do Instituto Cervantes no país¹⁴. Contudo, dos dois, somente o jornal espanhol publicou artigos sobre o acordo *¡Oye!* e suas conseqüências para a Espanha¹⁵. Curiosamente, apesar de ter informado sobre o acordo, é de salientar que, pelo contrário, *El País* não deu notícia alguma sobre a polêmica que ele criou.

Nossa análise da mídia, definitivamente, mostrou que a oposição teve apenas uma presença periférica nos meios de comunicação, quer dizer, afastada dos grandes centros de produção de informação. Assim, mesmo que a Internet tenha permitido que os opositores criassem espaços de discussão, como o *Manifesto* ou o site *¡Oye y Pronúnciate!* ou o próprio site da APEESP, e até alcançassem importantes publicações na rede, como os blogues *Unidad en la diversidad* ou *Addenda et corrigenda*¹⁶, suas petições não atingiram os veículos mais centrais *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, no Brasil, ou *El País*, na Espanha. No caso dos jornais brasileiros, isso não é tão surpreendente, pois eles também não prestaram atenção ao acordo entre as agências espanholas e a SEESP. No entanto, a ausência de cobertura em *El País* é mais significativa, se considerarmos que o jornal espanhol dá normalmente muita atenção à promoção da língua espanhola e à presença da Espanha no Brasil¹⁷, sendo o único jornal que informou sobre o acordo entre o Banco Santander, o Instituto Cervantes e o governo do Estado de São Paulo.

¹² A informação mais recente de que dispomos introduz uma nova modificação, pois a Secretaria de Educação e seus parceiros no projeto *¡Oye!* (agora o Banco Santander, o Universia, o Instituto Cervantes e somente uma universidade brasileira, a Universidade de Brasília) iriam oferecer não um, mas dois tipos de cursos, um de extensão, para 1.500 professores de todas as disciplinas, e outro de especialização, para apenas 500 professores de língua inglesa ou portuguesa que comprovassem conhecimentos prévios de espanhol (Governo do Estado de São Paulo, 2008b). Deste novo projeto o último *Boletim* da APEESP salienta que “não se afirma explicitamente que tais cursos habilitem os professores que o cursarem a ensinar espanhol nos ensinos fundamental e secundário” (APEESP, 2008). Nenhuma outra fonte pesquisada deu notícia deste novo projeto *¡Oye!*, nem os sites do Universia ou do Instituto Cervantes, nem os meios de comunicação analisados neste trabalho.

¹³ Encontramos somente uma notícia relacionada com a promoção do espanhol em que se informava: “Brasil será o país com mais sedes do Instituto Cervantes”, em 25/10/2006 (*O Globo Online*, 2006).

¹⁴ Oferecemos aqui apenas alguns exemplos da cobertura da promoção espanhola no Brasil por parte de desses dois jornais. No que diz respeito a *El País*, foram publicados: “El portal educativo Universia coordinará el plan para formar a 45.000 profesores de español en Brasil”, em 07/09/2006 (*El País*, 2006b); “El mundo que aprende español”, em 19/10/2006 (*El País*, 2006a); “El Instituto Cervantes abrirá ocho nuevos centros en Brasil”, em 09/11/2005 (*El País*, 2005a). Por sua vez, na *Folha de S. Paulo* apareceram os seguintes artigos: “Lei obrigará escolas a oferecer espanhol no ensino médio”, em 05/08/2005 (*Folha de S. Paulo*, 2005b); “Falta de docentes ameaça ensino de espanhol no país”, em 16/08/2005 (*Folha de S. Paulo*, 2005a); “Instituto Cervantes terá mais sete centros culturais no Brasil”, em 06/10/2006 (*Folha de S. Paulo*, 2006).

¹⁵ *El País*, em 07/09/2006, “El portal educativo Universia coordinará el plan para formar a 45.000 profesores de español en Brasil” (*El País*, 2006b); “Se necesitan profesores de español”, em 24/03/2007 (*El País*, 2007).

¹⁶ Ambos os blogues deram voz a algumas das críticas e a alguns dos opositores ao acordo em artigos de opinião como os seguintes: “De prisa, de prisa, oye, Brasil”, *UD* 11/2006 (Celada, 2006); “La impudorosa ansia de expansión del español”, *A&C* 04/11/2006 (Senz, 2006a); “El expolio del oro de las palabras. La rebelión brasileña contra los corsarios del idioma y otros acontecimientos de la mercantilización del español, a pie de página”, *A&C* 16/11/2006 (Senz, 2006b).

¹⁷ Para uma análise da parcialidade da cobertura em *El País* da promoção do espanhol no Brasil, veja-se Bugel (2006).

O silêncio, neste caso particular, pode ser interpretado como uma elisão ideológica (*erasure* em Irvine e Gal, 2000) da reação negativa da comunidade educacional¹⁸.

Língua, negócios e comunidade ibero-americana

A elisão ideológica, porém, não é nem o único nem o mais freqüente mecanismo que as instituições e empresas espanholas usam para enfrentar os discursos que desafiam sua legitimidade para operar em países da América Latina. Para mitigar essa resistência, elas se apóiam no conceito da globalização e, numa reinterpretação do paradigma nacional, criam discursivamente comunidades internacionais alternativas ao Estado, nas quais sua presença, de outro modo percebida como estrangeira, se naturaliza. No nosso caso, as agências de PL e as empresas espanholas promovem a idéia de uma comunidade ibero-americana para legitimar sua presença no Brasil. Exemplos recentes dessa construção são o ciclo *Pensar Iberoamérica*, organizado pelo Instituto Cervantes de São Paulo, em maio de 2007 (Instituto Cervantes, 2008a) ou o *I Festival Ibero-Americano de Teatro*, celebrado na mesma cidade, em março de 2008 (Governo do Estado de São Paulo, 2008a); mas ela é uma constante no discurso espanhol, como se observa nestes artigos de *El País*: “América Latina: una integración necesaria”, de 22/03/2007 (Jiménez García-Herrera, 2007); “Zapatero encarga a Trinidad Jiménez la nueva Secretaría de Estado para Iberoamérica”, de 07/09/2006 (Egurbide, 2006); “¿Un espacio educativo iberoamericano?”, de 31/10/2005 (Rovira, 2005). A ela também contribuem a realização anual, desde a assinatura da Declaração de Guadalajara em 1991, de uma *Cúpula Iberoamericana*, através da qual se pretende que os representantes dos diferentes países discutam problemas comuns e exibam consenso e camaradagem¹⁹.

A presença da Espanha no Brasil, protegida pela imagem da comunidade ibero-americana, chega até a ser apresentada como uma intervenção altruísta. Por exemplo, o artigo publicado pelo jornal *El País*, intitulado “El gobierno ofrece a Lula cooperación para formar profesores de Español en Brasil” (Galarra, 2005b), reproduz a descrição da primeira vice-presidenta da Espanha, María Teresa Fernández de la Vega, da necessidade de professores como um “gran reto, en el que España quiere colaborar”. Inclusive o Banco Santander, entidade com fortes interes-

ses econômicos no Brasil e um dos atores do acordo *¡Oye!*, racionaliza sua presença reforçando a idéia da cooperação no marco da comunidade ibero-americana. Por exemplo, essa entidade financeira apóia programas de intercâmbio entre Brasil e Espanha e Brasil e Portugal, e descreve os investimentos em programas educacionais, nas palavras de Botín, uma “responsabilidade social” (Universia, 2006a).

No caso do *¡Oye!*, a videoconferência que analisamos anteriormente fornece exemplos da exploração desses dois ideogramas de que aqui tratamos: a construção de uma comunidade transatlântica que justifique e naturalize a presença estrangeira, e a apresentação das operações de promoção cultural e empresarial da Espanha dentro dela como uma cooperação altruísta. Em relação ao primeiro, a introdução da videoconferência salienta a idéia de união entre os dois países: “o Banespa construiu uma ponte”. No que diz respeito ao segundo ideograma, as palavras de apresentação do representante do Banco Santander, Román Blanco, justificam a intervenção do banco porque ele “identifica uma necessidade latente e trata de ajudar, de contribuir para que essa necessidade podamos (sic) resolvê-la” (SEESP, 2006b).

A língua é central para a configuração dessa comunidade ibero-americana porque se torna o símbolo da identidade compartilhada. Assim o expressou a primeira vice-presidenta, Fernández de la Vega: “Qué mejor vehículo que la lengua para consolidar el espacio iberoamericano de identidad común” (Galarra, 2005a). No mesmo sentido, iam as palavras de César Antonio Molina, então presidente do Instituto Cervantes, que descreveu a lei aprovada em 2005 como um marco para a integração da comunidade: “La decisión del Gobierno brasileño acerca de la obligatoriedad de la enseñanza del español en escuelas públicas y privadas es muy importante y fortalece esa idea de que consideremos a Iberoamérica como patria común, dentro de su diversidad” (*El País*, 2005a).

Contudo, a língua não só tem valor simbólico para a comunidade, mas também valor material: a língua é um recurso, especialmente para algumas agências que tiram proveito da sua expansão. E os idealizadores da promoção lingüística no Brasil são muito conscientes do seu valor, como se observa nestas palavras do presidente do Banco Santander, Emilio Botín, durante a assinatura do

¹⁸ Irvine e Gal (2000, p. 38) definiram *erasure* como “the process in which ideology, in simplifying the sociolinguistic field, renders some persons or activities (or sociolinguistic phenomena) invisible”. Tomamos o termo de *elisión ideológica* da tradução de Woolard (2007, p. 134) ao espanhol como *elisión ideológica*.

¹⁹ A última *Cúpula Iberoamericana*, celebrada no Chile, no entanto, ocasionou um revelador incidente protagonizado pelo presidente da Venezuela, Hugo Chávez, e o rei da Espanha, Juan Carlos I. Enquanto o presidente venezuelano se dirigia (sem ser sua vez) ao presidente espanhol, José Luis Rodríguez Zapatero, para acusar o anterior presidente espanhol, José María Aznar, de fascista, o monarca espanhol lhe gritou: “Por que você não cala a boca?” (“¿Por qué no te callas?”). Esse episódio, infinitamente repetido e comentado na imprensa e na rede, foi a encenação das tensões e hierarquias existentes no seio dessas cúpulas que, contudo, raras vezes são recolhidas pelos jornais liberais. Veja-se Sanhueza Carvajal (2003) para uma interessante crítica dessas cúpulas.

acordo que aqui analisamos: “el español es un tesoro de valor incalculable. Un tesoro cultural generador de riqueza y desarrollo. El español es un activo estratégico” (*El País*, 2006b). Também a videoconferência de que tratamos anteriormente explora a idéia da língua como recurso, enquanto contribui para a criação da comunidade transoceânica: “o Banespa construiu uma ponte para *valorizar os professores e incentivá-los* em sua formação”, ou “Professor, você nasceu para ensinar. E nós, para *dar valor* a quem ensina” (SEESP, 2006b), e até na citação de Unamuno feita na videoconferência pelo representante do Santander: “hay que tener muy en cuenta que se piensa con palabras, o mejor, que se piensa palabras, y que solo piensa bien el que se expresa bien, que nadie tiene más ideas que palabras, y a la vez que la *riqueza* no es cosa de cantidad sino de calidad” (SEESP, 2006b)²⁰.

Esses ideologemas que equiparam a língua a um tesouro ou a “nosso petróleo”, manifestações ao mesmo tempo que reforços discursivos da ideologia da língua como um bem ou ideologia da comodificação lingüística, aparecem de maneira recorrente no discurso dos agentes espanhóis da PL. Um outro exemplo é esta afirmação que César Antonio Molina fez em 2005 após a aprovação da Lei 11.161: “la política de difusión cultural ha sido la más efectiva de las políticas exteriores realizadas por España en las últimas décadas, y además una fuente inagotable de recursos económicos, ya que aporta el 15% del PIB de nuestro país” (Pereiro, 2005). Um outro exemplo é encontrado nas palavras do presidente de Espanha, José Luis Rodríguez Zapatero, o qual, perguntado sobre o maior sucesso cultural espanhol no ano de 2006, respondeu:

la expansión impresionante del Instituto Cervantes. Al final, nuestro valor cultural esencial, nuestro activo cultural esencial es el español. Todo lo que gira en torno al español nos da riqueza económica, nos da riqueza cultural, nos da fortaleza política en todo el mundo (Moreno, 2007).

Língua ou negócios?

A união entre língua e negócio responde principalmente a duas motivações: por um lado, a própria promoção lingüística é uma fonte de riqueza associada à organização da indústria do ensino da língua (cursos especializados, diplomas de certificação da competência lingüística), contribuindo, por sua vez, à empresa editorial e ao turismo

lingüístico; por outro lado, a promoção de uma língua é um suporte para a expansão empresarial, facilitando sua entrada em novos mercados e favorecendo uma imagem positiva das empresas mediante a colaboração em projetos que se apresentam como investimento social. As agências espanholas que operam no Brasil, como vimos na seção anterior, são muito conscientes das duas vertentes do relacionamento entre a língua e os negócios. Assim, o sucesso da promoção do espanhol no Brasil é celebrado como crescimento da indústria lingüística; uma indústria que, segundo garantem essas agências, corresponde a 15% do PIB espanhol. De outro lado, a promoção da língua é descrita como ponta de lança para a entrada do setor empresarial²¹.

Em ambos os casos — a língua *como* negócio e a língua *com o* negócio — a construção de um discurso que legitime a presença de agências estrangeiras e dê publicidade às suas ações é essencial. Na seção anterior, analisamos parte desse discurso sobre a promoção lingüística e empresarial, desenvolvido pelos agentes espanhóis em atos oficiais e, sobretudo, semeado nos meios de comunicação como resposta à necessidade de naturalizar a presença estrangeira. Aqui queremos examinar outras dimensões do discurso que entendemos como, por um lado, um ato de promoção ou propaganda das próprias agências que o promovem, e por outro, seguindo Del Valle e Gabriel-Stheeman (2004), como um *espetáculo da língua*.

Em primeiro lugar, do acordo que aqui analisamos, os meios de comunicação somente deram notícia da assinatura do projeto, mas não de sua realização. Segundo a informação oferecida então, hoje em dia, 2.000 novos professores deveriam ter sido formados com o curso e uma segunda fase, na qual se formariam 7.500 mais, deveria ter começado (Universia, 2006b). Mas, a julgar pela informação e pelos materiais disponíveis no *site* do Universia e no da SEESP, não parece que o *¡Oye!* tenha sido assim implementado²². A apresentação do acordo nos meios de comunicação cumpriu a função de outorgar a seus participantes, especialmente ao Banco Santander, uma imagem positiva por seu investimento em causas sociais. É justamente o fato de o acordo não ter revertido em benefício algum à sociedade brasileira que nos levou a interpretar a cobertura midiática como um ato principalmente publicitário ou, ainda, propagandístico, que facilita a aceitação da presença no Brasil de empresas e instituições espanholas, como o Banco Santander e o Instituto Cervantes.

²⁰ Nas duas últimas citações, o grifo é nosso.

²¹ Uma análise detalhada do discurso que relaciona a promoção do espanhol e a penetração de empresas espanholas na América Latina, em geral, foi feita em Del Valle e Villa (2006, 2007), para onde remetemos os leitores interessados nesta questão.

²² A única fonte que descreve o projeto como se ele estivesse sendo implementado de acordo com os primeiros planos do acordo é o dossiê de atividade acadêmica 2006-2007 do Instituto Cervantes (Instituto Cervantes, 2008b). Mas, a julgar pela mais recente informação no *site* da SEESP, parece que esta é efetivamente a “primeira turma do OYE”. Ademais, o único material disponível é a videoconferência que analisamos anteriormente da qual, recordamos, só os primeiros minutos se podem ver. Assim mesmo, no site do Universia, a última informação a respeito do *¡Oye!* é de finais de 2006. Além disso, como expusemos na nota de rodapé 16, a nova etapa do projeto começaria não com 7.500 inscritos, como foi previsto, mas com apenas 2.000. Realizamos a última pesquisa o dia 15 de março de 2008.

Em segundo lugar, com *espetáculo da língua* que-remos nos referir à exagerada exibição dos êxitos da promoção do espanhol no Brasil. Com frequência, os meios de comunicação espanhóis descrevem o Brasil como um país forçado a aprender espanhol ou um país que falará espanhol num curto período de tempo. No que diz respeito ao ensino da língua, oferecem-se dados exorbitantes sobre a falta de professores de espanhol que não correspondem à realidade brasileira. Assim, o jornal *El País* fala na necessidade de treinar até 230.000 professores²³ ou, inclusive, 210.000 somente para o Estado de São Paulo!²⁴ Não obstante, nunca é oferecida a fonte da qual emanam essas exageradas cifras. Temos, sim, um estudo do próprio Ministério de Educação e Cultura do Brasil que foi reproduzido pelo próprio Instituto Cervantes no capítulo “El español en Brasil” de sua publicação *Enciclopedia del español en el mundo* (Corral Sánchez-Cabezudo, 2006). Levando em conta a distribuição de estudantes por professor no ensino médio brasileiro, para os aproximadamente onze milhões de estudantes no sistema em nível nacional, este estudo do Ministério de Educação brasileiro reduz essa necessidade de docentes a menos de 20.000 para todo o país. Talvez convenha lembrar aqui que o acordo *¡Oye!* se propunha a formar 45.000 professores somente para o Estado de São Paulo, mais do dobro dos necessários para todo o Brasil.

O exagero nas cifras, que ocultaram as principais plataformas de promoção do acordo (tanto os *sites web* dos próprios participantes quanto os jornais de maior difusão), não passou despercebido para os opositores ao projeto, pois está presente nas suas reivindicações. A comunidade educacional, numa *Moção* assinada pelos professores e estudantes universitários da língua espanhola no *XII Congresso Brasileiro de Professores de Espanhol*, propunha a necessidade de fazer um “levantamento da demanda real de professores de espanhol para o Ensino Médio, considerando a implementação da lei até 2010” e da “abertura de concursos para incorporar os profissionais já formados e em formação” (APEESP, 2007).

Conclusão

O tom triunfalista na cobertura da promoção do espanhol no Brasil, o *espetáculo da língua* e o interesse no aprimoramento da imagem das agências espanholas são constantes no discurso e nas ações dos promotores do relacionamento cultural e econômico entre a Espanha e o Brasil. A parceria entre a SEESP, o Banco Santander e o

Instituto Cervantes no *¡Oye! Espanhol para profesores* é mais um exemplo disso. Porém esse projeto teve a particularidade de encontrar uma profunda oposição por parte de um setor da comunidade educacional brasileira, cuja resistência foi um sucesso, mesmo que sua posição em relação aos centros de poder, tomada de decisões e distribuição de informação não tenha permitido que ela detivesse o projeto ou impedisse sua rentabilização propagandística.

Embora o presente artigo gire principalmente em torno da análise deste episódio concreto e seu desenvolvimento discursivo, as conclusões que dele derivam situam-nos no âmbito mais amplo das políticas de promoção da língua espanhola em nível internacional. A origem dessas políticas às quais aqui fizemos referência situa-se no final dos anos oitenta e princípio dos noventa, quando coincidem a ascensão econômica da Espanha e a projeção internacional de suas empresas com a mobilização de agências lingüísticas e culturais. Foi nesse contexto que, por um lado, se empreendeu a modernização da Real Academia Espanhola e a ativação da Associação de Academias da Língua Espanhola face à consolidação da comunidade pan-hispânica, e por outro, se criou o Instituto Cervantes para a promoção do espanhol e de produtos culturais espanhóis no mundo. A análise realizada neste artigo mostra as ideologias lingüísticas que articulam os discursos de legitimação, tanto das políticas em questão quanto dos agentes que as desenham e implementam: a partir dos parâmetros de mercantilização lingüística, procura-se a definição do espanhol como valioso produto de compra e venda e, a partir de esquemas conceptuais que lembram o nacionalismo lingüístico, promove-se o espanhol como base sobre a qual se deve assentar não só a comunidade hispânica mas também a ibero-americana. Essa tensão entre a promoção da língua como valor global e como valor comunitário é percebida também nas respostas que essas políticas lingüísticas têm recebido no Brasil: se, por um lado, entrando numa lógica de fluxos globais, as autoridades de São Paulo aceitam o acordo com empresas e agências estrangeiras para, talvez facilitar a distribuição em seu Estado do valioso capital lingüístico que é o espanhol, por outro, um setor da comunidade educacional rejeita a iniciativa, recorrendo à lógica nacionalista da soberania.

Gostaríamos de concluir enfatizando que estudos complementares são necessários, particularmente aqueles que proponham metodologias diferentes e análises feitas a partir da perspectiva brasileira, assim como trabalhos focalizados nas políticas lingüísticas específicas feitas pelo Brasil e por outros países, como a Argentina.

²³ *El País*, de 12/07/2005, em “El Instituto Cervantes formará a más de 230.000 profesores para que enseñen español en Brasil” (*El País*, 2005b); *El País*, de 13/07/2005, em “Los directores de los ‘Cervantes’ analizan el futuro del instituto” (Pereiro, 2005); *El País*, de 19/10/2006, em “El mundo que aprende español” (*El País*, 2006a); *El País*, de 24/03/2007, em “El talón de Aquiles del español” (Geli, 2007), entre muitos outros.

²⁴ *El País*, 24/03/2007, em “Se necesitan profesores de español” (*El País*, 2007).

Além disso, estudos comparativos centrados na promoção internacional de outras línguas são essenciais para alargar o alcance deste trabalho.

Referências

- AALE [Asociación de Academias de la Lengua Española]. 2004. *La nueva política lingüística panhispánica*. Madri, Real Academia Española, 26 p.
- APEESP. 2006a. *Manifesto pela qualidade na implantação do ensino do espanhol na Rede Pública do Estado de São Paulo*. Disponível em: <http://www.apeesp.com.br/frames.php?pagina=conteudo&opcao=boletim>. Acesso em: 05/04/2008.
- APEESP. 2006b. *Comunicado da Associação de Professores de Espanhol do Estado de São Paulo (APEESP) sobre o projeto "Oye"*. Disponível em: <http://www.apeesp.com.br/frames.php?pagina=conteudo&opcao=espaco>. Acesso em: 01/02/2007.
- APEESP. 2007. *XII Congresso Brasileiro de Professores de Espanhol*. Disponível em: <http://www.apeesp.com.br/frames.php?pagina=conteudo&opcao=boletim>. Acesso em: 05/04/2008.
- APEESP. 2008. *Boletim março 2008. Ano novo, novos desafios*. Disponível em: <http://www.apeesp.com.br/frames.php?pagina=conteudo&opcao=boletim>. Acesso em: 05/04/2008.
- BONET, L.L. e DE GREGORIO, A. 1999. La industria cultural española e América latina. In: N. GARCÍA CANCLINI e C. MONETA (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires, p. 77-114.
- BUGEL, T. 2005. Sobre planificación lingüística en América Latina: el español en Brasil o "Los reyes viajan a Brasil para apoyar la enseñanza de español". In: XIII ALFAL INTERNACIONAL CONFERENCE, Costa Rica, manuscrito, p. 1305-1311.
- BUGEL, T. 2006. 'L'Espanyol conquereix el Brasil', L'Expansió de l'Espanyol a l'Estranger: Articles de la Premsa Espanyola. In: L. CLIMENT (ed.), *Anàlisi crítica del discurs: Mitjans de comunicació i Llengua*. Alcant, Institut Interuniversitari de Filologia Valenciana, Universitat de València, p. 11-22.
- BOURDIEU, P. 1991. *Language and symbolic power*. Cambridge, Harvard University Press, 302 p.
- CALVET, L.J. 1974. *Linguistique et colonialisme ; petit traité de glottophagie*. Paris, Payot, 236 p.
- CARVALHEIRO, A.P. e IRALA, V.B. 2007. *O imaginário de língua espanhola: da sala de aula ao ciberespaço*. Pelotas, EDUCAT, 211 p.
- CASILDA BÉJAR, R. 2001. Una década de inversiones españolas en América Latina (1990-2000): El idioma como una ventaja competitiva. Disponível em: http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/casilda_r.htm. Acesso em: 05/04/2008.
- CELADA, M. 2006. De prisa, de prisa, oye, Brasil. Disponível em: http://www.unidadenladiversidad.com/historico/opinion/opinion_ant/2006/nov_06/opinion_021106.htm. Acesso em: 05/04/2008.
- COOPER, R.L. (ed.). 1982. *Language spread: studies in diffusion and social change*. Bloomington, Indiana University Press, 360 p.
- CORRAL SÁNCHEZ-CABEZUDO, F. 2006. El español en Brasil. Disponível em: http://www.cervantes.es/docs/Espanol_en_Brasil.pdf. Acesso em: 05/04/2008.
- DEL VALLE, J. (ed.). 2007a. *La lengua, ¿patria común? Ideas e ideologías del español*. Frankfurt e Madri, Vervuert/Iberoamericana, 198 p.
- DEL VALLE, J. (ed.). 2007b. La lengua, patria común: *hispanofonia y el nacionalismo panhispánico*. In: J. DEL VALLE (ed.), *La lengua, ¿patria común? Ideas e ideologías del español*. Frankfurt e Madri, Vervuert/Iberoamericana, p. 31-56.
- DEL VALLE, J. e GABRIEL-STHEEMAN, L. 2004. Lengua y mercado. In: J. DEL VALLE e L. GABRIEL-STHEEMAN (eds.), *La batalla del idioma: la intelectualidad hispánica ante la lengua*. Frankfurt e Madri, Vervuert/Iberoamericana, p. 253-263.
- DEL VALLE, J. e VILLA L. 2006. Spanish in Brazil: Language Policy, Business, and Cultural Propaganda. *Language Policy*, 5(4):371-394.
- DEL VALLE, J. e VILLA, L. 2007. La lengua como recurso económico: Español S.A. y sus operaciones en Brasil. In: J. DEL VALLE (ed.), *La lengua, ¿patria común? Ideas e ideologías del español*. Frankfurt e Madri, Vervuert/Iberoamericana, p. 97-127.
- EGURBIDE, P. 2006. Zapatero encarga a Trinidad Jiménez la nueva Secretaría de Estado para Iberoamérica. *El País*, 07/09/2006. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/espana/Zapatero/encarga/Trinidad/Jimenez/nueva/Secretaria/Estado/Iberoamerica/elpepiesp/20060907elpepinac_7/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- EL PAÍS. 2005a. El Instituto Cervantes abrirá ocho nuevos centros en Brasil. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/cultura/Instituto/Cervantes/abrir/nuevos/centros/Brasil/elpporcul/20051109elpepucul_2/Tes/. Acesso em: 05/04/2008.
- EL PAÍS. 2005b. El Instituto Cervantes formará 230.000 profesores para que enseñen español en Brasil.. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/cultura/Instituto/Cervantes/formara/230000/profesores/ensenen/espanol/Brasil/elpepucul/20050712elpepucul_3/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- EL PAÍS. 2006a. El mundo que aprende español. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/cultura/mundo/aprende/espanol/elpepicul/20061019elpepicul_5/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- EL PAÍS. 2006b. El portal educativo Unversia coordinará el plan para formar a 45.000 profesores de español en Brasil.. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/portal/educativo/Unversia/coordinara/plan/formar/45000/profesores/espanol/Brasil/elpepisoc/20060907elpepisoc_6/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- EL PAÍS. 2007. Se necesitan profesores de español. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/semana/necesitan/profesores/espanol/elpepuculbab/20070324elpbabese_14/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- FANJUL, A.P. 2006. "¡Oye!" La guitarra sin partitura. Disponível em: <http://oyeypronunciate.50webs.com/la%20guitarra.html>. Acesso em: 05/04/2008.
- FAIRCLOUGH, N. 1989. *Language and power*. Londres e Nova Iorque, Longman, 259 p.
- FISHMAN, J.; COOPER, R.L. e CONRAD, A.W. (eds.). 1977. *The spread of English*. Rowley, Newbury House, 336 p.
- FOLHA DE S. PAULO. 2005a. Falta de docentes ameaça ensino de espanhol no país. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/educacao/ult305u17707.shtml>. Acesso em: 05/04/2008.
- FOLHA DE S. PAULO. 2005b. Lei obrigará escolas a oferecer espanhol no ensino médio. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/educacao/ult305u17671.shtml>. Acesso em: 05/04/2008.
- FOLHA DE S. PAULO. 2006. Instituto Cervantes terá mais sete centros culturais no Brasil. In: Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u64928.shtml>. Acesso em: 05/04/2008.
- GALARRAGA, N. 2005a. De la Vega transmitirá el apoyo del Gobierno español a Lula da Silva. *El País*, 09/08/2005. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/espana/Vega/transmitira/apoyo/Gobierno/espanol/Lula/da/Silva/elpepunac/20050809elpepinac_7/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- GALARRAGA, N. 2005b. El gobierno ofrece a Lula cooperación para formar profesores de español en Brasil. *El País*, 10/08/2005. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/espana/Gobierno/ofrece/Lula/cooperacion/formar/profesores/espanol/Brasil/elpepunac/20050810elpepinac_25/Tes. Acesso em: 05/04/2008.

- GELI, C.. 2007. El talón de Aquiles del español. *El País*, 24/03/2007. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/semana/talon/Aquiles/espanol/elpepuculbab/20070324elpbbase_5/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- GLOBO ONLINE, O. 2006. Brasil será o país com mais sedes do Instituto Cervantes. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2006/10/25/286393283.asp>. Acesso em: 05/04/2008.
- GOVERNO DO BRASIL. 1996. *Lei Nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9394.htm. Acesso em: 05/04/2008.
- GOVERNO DO BRASIL. 2005. *Lei Nº 11.161, de 5 de agosto de 2005. Dispõe sobre o ensino da língua espanhola*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11161.htm. Acesso em: 05/04/2008.
- GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. 2008a. *Imprensa oficial marca presença no I Festival Ibero-Americano de Teatro*. Disponível em: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/sis/lenoticia.php?id=92735>. Acesso em: 05/04/2008.
- GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. 2008b. *Educação abre 2.000 vagas de curso de espanhol para professores*. Disponível em: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/sis/lenoticia.php?id=92748>. Acesso em: 05/04/2008.
- HELLER, M. 1999a. Alternative ideologies of la francophonie. *Journal of Sociolinguistics*, 3(3):336-59.
- HELLER, M. 1999b. *Linguistic minorities and modernity: a sociolinguistic ethnography*. Londres, Longman, 233 p.
- INSTITUTO CERVANTES. 2008a. *Centros*. Disponível em: http://www.cervantes.es/seg_nivel/institucion/memoria_ic_06_07/memoria_06_07_pdf/CENTROS.pdf. Acesso em: 05/04/2008.
- INSTITUTO CERVANTES. 2008b. *Actividad Académica*. Disponível em: http://www.cervantes.es/imagenes/File/memoria_institucional/06_07/27_62_ACADEMICA.pdf. Acesso em: 05/04/2008.
- IRVINE, J.T. e GAL, S. 2000. Language ideology and linguistic differentiation. In: P.V. KROSKRITY (ed.), *Regimes of language: ideologies, politics, and identities*. Santa Fe, School of American Research Press, p. 35-83.
- JIMÉNEZ GARCÍA-HERRERA, T. 2007. América Latina: una integración necesaria. *El País*, 22/03/2007. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/opinion/América/Latina/integracion/necesaria/elpepiopi/20070322elpepiopi_13/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- KROSKRITY, P.V. (ed.). 2000. *Regimes of language: ideologies, politics, and identities*. Santa Fe, School of American Research Press, 411 p.
- MERCOSUL. 1991. *Tratado de Assunção*. Disponível em: <http://www.rau.edu.uy/mercosur/tratapt.htm>. Acesso em: 05/04/2008.
- MERCOSUL. 1994. *Protocolo de Ouro Preto*. Disponível em: <http://www.rau.edu.uy/mercosur/opretosp.htm>. Acesso em: 05/04/2008.
- MERCOSUL EDUCACIONAL. 1991. *Protocolo de Intenções*. Disponível em: http://www.sic.inep.gov.br/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=203&lang=br. Acesso em: 05/04/2008.
- MORENO, J. 2007. Entrevista con el presidente del Gobierno José Luis Rodríguez Zapatero. *El País*, 15/01/2007. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/espana/descartaria/futuro/presencia/nacionalista/Gobierno/elpepuesp/20070115elpepinac_14/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- PENNYCOOK, A. 1994. *The cultural politics of English as an international language*. Londres, Longman, 239 p.
- PEREIRO, X.M. 2005. Los directores de los 'Cervantes' analizan el futuro del Instituto. *El País*, 13/07/2005. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/cultura/directores/Cervantes/analizan/futuro/Instituto/elpepicul/20050713elpepicul_2/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- PHILLIPSON, R. 1992. *Linguistic Imperialism*. Oxford, Oxford University Press, 365 p.
- RAJAGOPALAN, K. 2003. *Por uma Lingüística Crítica: Linguagem, Identidade e a questão Ética*. São Paulo, Parábola, 144 p.
- ROVIRA, J.C. 2005. ¿Un espacio educativo iberoamericano? *El País*, 31/10/2005. Disponível em: http://www.elpais.com/articulo/Comunidad/Valenciana/espacio/educativo/iberoamericano/elpepiespval/20051031elpval_24/Tes. Acesso em: 05/04/2008.
- SANHUEZA CARVAJAL, R. 2003. *Las Cumbres Iberoamericanas: ¿Comunidad de Naciones o Diplomacia Clientelar?* Santiago (Chile), FLACSO e Editorial Universitaria, 124 p.
- SEESP. 2006a. *Curso de língua espanhola*. Disponível em: <http://www.educacao.sp.gov.br/vc/vc17.html>. Acesso em: 05/04/2008.
- SEESP. 2006b. *Curso: Espanhol para professores, ¡Oye!* Disponível em: <http://www.rededosaber.sp.gov.br/>. Acesso em: 05/04/2008.
- SENZ, S. 2006a. La impudorosa ansia de expansión del español. *Addenda & Corregenda*, 04/11/2006. Disponível em: http://www.unidadenlaversidad.com/historico/opinion/opinion_ant/2006/nov_06/opinion_021106.htm. Acesso em: 05/04/2008.
- SENZ, S. 2006b. El expolio del oro de las palabras. La rebelión brasileña contra los corsarios del idioma, y otros acontecimientos de la mercantilización del español, a pie de página. *Addenda & Corregenda*, 16/11/2006. Disponível em: <http://addendaetcorrigenda.blogia.com/2006/111601-el-expolio-del-oro-de-las-palabras-la-rebelion-brasilena-contralos-corsarios-d.php>. Acesso em: 05/04/2008.
- SCHIEFFELIN, B.B.; WOOLARD K.A. e KROSKRITY, P.A. (eds.). 1998. *Language Ideologies: practice and theory*. Nova Iorque e Oxford, Oxford University Press, 338 p.
- UNIVERSIA. 2006a. *Parceria pró-espanhol*. Disponível em: http://www.universia.com.br/html/materia/materia_bcbii.html. Acesso em: 05/04/2008.
- UNIVERSIA. 2006b. *Santander impulsa en Brasil la formación de 45.000 profesores de español*. Disponível em: http://www.universia.es/portada/actualidad/noticia_actualidad.jsp?noticia=90169. Acesso em: 05/04/2008.
- WOOLARD, K.A. 2007. La autoridad lingüística del español y las ideologías de la autenticidad y el anonimato. In: J. DEL VALLE (ed.), *La lengua, ¿patria común? Ideas e ideologías del español*. Frankfurt e Madri, Vervuert/Iberoamericana, p. 129-142.
- WRIGHT, S. 2004. *Language policy and language planning: from nationalism to globalization*. Nova Iorque, Palgrave Macmillan, 311 p.

Submetido em: 24/01/2008

Aceito em: 10/03/2008

Laura Villa

Doutoranda, Ph.D. Program in Hispanic and Luso-Brazilian Literatures and Languages
The Graduate Center, The City University of New York
New York, NY, EUA

José Del Valle

Professor, The Graduate Center, The City University of New York
Ph.D. Program in Hispanic and Luso-Brazilian Literatures and Languages
Ph.D. Program in Linguistics
New York, NY, EUA