

LÍNGUA, LITERATURA E ENSINO, Maio/2009 – Vol. IV

AQUISIÇÃO DO INGLÊS COMO ELEMENTO ESSENCIAL NA INSERÇÃO DO INDIVÍDUO NO MERCADO DE TRABALHO: O QUE SUSTENTA ESTE DISCURSO?

Angélica CAGNAN

(Orientadora): Profa. Dra. Carmen Zink Bolonhini

RESUMO: O presente artigo tem como finalidade expor parte do trabalho desenvolvido em minha monografia,¹ que tem como objetivo apresentar os elementos que compõem e sustentam o discurso de que a aquisição do inglês é um elemento essencial nos dias de hoje, principalmente na inserção profissional no mercado de trabalho.

Palavras-Chave: Análise do discurso, aquisição do inglês, disseminação do inglês, modelos econômicos, mercado de trabalho, mundialização do capital, ideologia, mídia.

Introdução

O princípio do meu trabalho de monografia é composto pela inquietude advinda da constatação feita a partir de enunciados de alunos em algumas aulas de inglês, ministradas por mim, em uma escola particular de idiomas no ano de 2007. Esses enunciados apresentavam, de maneira sintética, elementos que compõem o imaginário de que o inglês é um elemento primordial para o sucesso do indivíduo no mercado de trabalho.

No quadro teórico, apresento considerações de Pennycook para ilustrar perspectivas a cerca da disseminação do inglês no mundo, bem como considerações feitas por autores a respeito da internacionalidade desta língua. Por conseguinte, dou continuidade à discussão teórica partindo de pressupostos da Análise de Discurso Materialista, tal qual proposta por Eni Orlandi. Além disso, ancorei-me no quadro teórico tão bem exposto na tese de mestrado de Marla Soares dos Santos e também nas observações a respeito do mercado de trabalho discutidas na tese de mestrado de Rosa.²

Também apresento mais alguns elementos que constituem o sujeito de maneira a aceitar o discurso da importância do inglês para a inserção no mercado de trabalho: as propagandas. Exponho slogans de quatro escolas de

¹ Trabalho de conclusão do curso de Letras – Licenciatura, na Universidade Estadual de Campinas, no Instituto de Estudos da Linguagem, que será apresentado à banca em junho de 2009.

² Conforme constam nas referências ao final deste trabalho.

idiomas e, juntamente a isso, percorro uma análise dos efeitos de sentidos produzidos no indivíduo, apresentando elementos que os justifiquem. Justamente a isto, exponho trechos históricos baseando-me nos trabalhos de Santos da Cruz e Lima³, percorrendo novamente pelo trabalho de Soares dos Santos.

Depois disso, baseada na análise desenvolvida, concluo previamente a discussão proposta neste trabalho, finalizando com a apresentação completa dos dados que fomentaram este trabalho.

Entretanto, aqui exporei parte do quadro teórico e da análise dos slogans, finalizando com a conclusão.

Justificativa

“Porque o inglês ajuda a gente na hora de arrumar um emprego”, “Porque na seleção de uma empresa o inglês faz diferença”, “Para ficar mais fácil de arranjar um emprego”.⁴

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

Uma observação a ser feita é que, entre a maioria dos alunos adolescentes, a resposta ao questionamento foi que começaram a estudar inglês porque apenas os pais queriam. Quando eu lhes pedia para justificar o motivo que os pais lhes

³ Idem a nota anterior.

⁴ Respostas provenientes de perguntas que fiz aos meus alunos durante aulas de inglês ministradas por mim, em uma escola particular de línguas, no período de 03/09/2007 a 14/09/2007.

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

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

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

davam para frequentar o curso desta língua, os alunos simplesmente respondiam: “ahhh... porque ajuda a conseguir um emprego mais fácil”.

Desta observação, segue um fato que pode ilustrá-la⁵: a mãe de uma aluna, aos prantos, um dia me ligou dizendo: “eu vi as notas da Maria⁶. Não sei o que faço com ela. Eu já disse pra ela que eu quero que ela dê valor pras coisa e pegue firme! A escola só não adianta. Tem que estudar bastante e aprender o inglês, porque a mãe não quer ver você limpando a privada da casa dos outro”.

Quadro Teórico

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

Alastair Pennycook, no primeiro capítulo de “The cultural politics of English as an international language: The Word in English” (1994), faz considerações sobre a disseminação do inglês no mundo. O autor parte da perspectiva discursiva de alguns autores a respeito da disseminação do inglês e conclui que ela é considerada natural, neutra e vantajosa.

Pennycook propõe uma revisão mais crítica a respeito do inglês no mundo e tem mostrado que esta língua está ligada com o poder econômico e social entre as nações, com a difusão global de formas particulares de cultura e conhecimento. O inglês como língua internacional pode ser entendida como uma construção discursiva; mais do que sendo algum objeto de categoria descritiva, o inglês é um sistema inteiro de relações de poder/conhecimento o qual produz entendimentos muito particulares do inglês e do ensino de inglês, de acordo com o autor.

⁵ Eu já havia tentado entrar em contato várias vezes com a mãe desta minha aluna, para deixar-lhe ciente do rendimento insatisfatório de sua filha. No entanto, um dia ela me ligou começando a conversa com a fala a qual expus. Eu a achei muito interessante, pois ela justifica o motivo pelo qual muitos pais matriculam seus filhos em cursos de aquisição do inglês e este motivo segue a mesma linha de raciocínio das respostas que obtive nas perguntas que fiz aos meus alunos durante aulas de conversação. Da mesma forma, assim que terminou esta ligação, transcrevi as partes da conversa que eu julgava interessante para este trabalho (as quais estão escritas no final deste), com a prévia ciência desta mãe.

⁶ Nome fictício para preservar a identidade da aluna.

A Análise de Discurso Materialista

Observando por outra perspectiva, temos a teoria da Análise de Discurso materialista (Orlandi, 2007), a qual afirma que a linguagem é a mediação necessária entre o homem e a realidade social. Esta mediação é feita pelo discurso, ou seja, pelas práticas discursivas nas quais o homem se insere, sendo capaz de significar e significar-se. O discurso torna possível tanto a permanência e a continuidade, quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade na qual vive, afirma Orlandi.

Desta forma, ao constituir o discurso como seu objeto, a AD relaciona a linguagem à sua exterioridade: não trabalha com a língua enquanto sistema abstrato, mas com a língua no mundo, com homens expressando-se oralmente e por escrito, falando produzindo sentidos, enquanto sujeitos e enquanto membros da sociedade.

A escolha da Análise do Discurso Materialista para responder a questão proposta neste trabalho deve-se ao fato de que a AD, segundo Orlandi (2003, p.16), vê a língua existente no mundo “com maneiras de significar, com homens falando, considerando a produção de sentidos enquanto parte de suas vidas”. Das afirmações de Orlandi, expostas nestes últimos parágrafos, podemos concluir que a importância dada à língua inglesa atualmente está ligada a fatores históricos e sociais.

Em minha monografia, apresento estes fatores históricos e sociais, buscando apontar como eles contribuíram/contribuem na construção do discurso da importância da aquisição da língua inglesa e principalmente, no que se refere à facilitação da inserção no mercado de trabalho.

Concepção de sujeito⁷

Segundo Orlandi (2007), a condição para a existência do sujeito é a ideologia. Assim, antes da exposição do conceito de sujeito, é necessário que seja apresentada a definição de ideologia, procurarei expor a seguir, baseada em Orlandi (2007).

Como a autora afirma, não há sentido sem interpretação; então, para se atribuir sentido a algo, é necessário interpretar, ou seja, é necessário saber diante da questão, o que ela quer dizer. Neste movimento de interpretação é utilizado o mecanismo ideológico, em que se produz evidências colocando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência. É por

⁷ Análise do discurso: princípios e procedimentos, Eni P. Orlandi, 7ª Edição, Campinas, SP: Pontes 2007.

esta razão que a ideologia é a condição para a existência do sujeito. O indivíduo, é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer.

A terceirização do Ensino e os Slogans

Neste ponto, é importante voltarmos nossa atenção para a terceirização do ensino de línguas, ou seja, os centros particulares especializadas no ensino de línguas estrangeiras e, como era de se esperar, principalmente no ensino do inglês. É de se questionar o motivo pelo qual os centros de ensino de língua estrangeira, sobretudo do inglês, são tão procurados, uma vez que, na escola pública convencional, o ensino dessa língua é oferecido gratuitamente.

Voltando nossa atenção aos fatores históricos, podemos detectar que o Governo Militar adotou uma postura que favoreceu tal procura dos centros de ensino de língua estrangeira para aquisição do inglês.

Em 1971, é publicada uma nova LDB, na qual a carga horária de ensino de língua estrangeira é diminuída, sendo abolida do 1º grau e determinando que sua carga horária no 2º grau seria de até 1 hora. (Lima P., p.4).

Tal redução resultou, além do esvaziamento das escolas de ensino regular, que muitos alunos saíssem da escola com pouquíssimo conhecimento de língua estrangeira. Isso favoreceu e muito o desenvolvimento das escolas de idioma no país. (Souza, 2005 in Soares dos Santos, 2009, p. 53). Nesta circunstância, era-se necessário usar de algum artifício para propagar e sustentar a importância de frequentar uma escola de língua estrangeira que por fatores históricos, como já foi exposto, seria o inglês.

É neste momento que entra em ação o papel da mídia e da propaganda.

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

Apresento apenas dois slogans e suas análises que compõe meu trabalho de monografia:

Wizard- *Você faz. Você vence.*

Fisk – *Aqui seus sonhos podem se realizar*

Dos slogans acima, pode-se notar que eles utilizam de estratégias discursivas dirigindo-se às pessoas que desejam ter sucesso em sua vida e, além disso, que o curso de inglês é um determinante para isso. Entretanto, o que pode

ser observado nestes slogans é que nem todos referem-se diretamente ao sucesso no mercado de trabalho.

Você faz. Você vence

A Wizard foi fundada em 1987, na cidade de Campinas, São Paulo, criada, segundo site oficial da escola, com o objetivo de fazer com que qualquer pessoa aprenda uma nova língua de forma dinâmica e eficaz. Além disso, o site divulga que está entre seus objetivos a interação do indivíduo com os aspectos sociais assim como a promoção do desenvolvimento profissional, cultural e social de todos através de um programa de capacitação lingüística que valoriza o ser humano.⁸

No slogan da Wizard pode-se observar que os verbos “fazer” e “vencer” são transitivos diretos e os seus respectivos objetos direto não estão ditos. Entretanto, para inferirmos no OD que está oculto, temos que usar nosso conhecimento de mundo e, para isso, perguntas como “Fazer o quê?” , “Vencer o quê?”, são relevantes para nos conduzir nesse processo. No contexto do universo capitalista que rege nossa sociedade, e considerando que é um curso que você faz para vencer, deduz-se que o que “esse você” vencerá será o mercado de trabalho, que se traduz em destacar-se nesta área, ou seja, o vencedor.

Ainda sob o olhar de uma análise morfológica, o slogan usa do pronome de tratamento “você”, como se falasse diretamente com o interlocutor: é ele quem faz, será ele que vencerá; ele e somente ele. Isso pressupõe a transferência de responsabilidade para o interlocutor para que ele tenha sucesso. O slogan “Você faz. Você vence” seria uma espécie de dica; portanto, se o interlocutor quiser ter sucesso, quiser “vencer”, ele deve ir a Wizard e aprender inglês.

Outro aspecto a ser observado neste slogan é que é usado o verbo vencer fazendo referência à vitória de uma competição, em que o inglês se mostra como elemento determinante e essencial. Essa competição não seria explicita, como no meio esportivo, mas sim ideológica e que a partir do nosso conhecimento de mundo, podemos inferir que esta se daria no mercado de trabalho. Além disso, enfatiza que a escola em questão oferece o inglês necessário, como o produto certo da vitória. Esta afirmação é evidenciada no emprego do verbo no modo indicativo (“você vence”), o que expressa certeza em relação à vitória de quem aprender a língua inglesa na Wizard, desconsiderando que outros fatores são determinantes para alcançar essa vitória,

⁸ Adaptado de.

<http://www.wizard.com.br/Sistema/SobreWizard/Default.aspx?Modulo=PalavraPresidente&ID=0>
Em 16/10/2008 às 23h 26min

como por exemplo, a demanda no mercado de trabalho. Nota-se aqui um direcionamento da publicidade àqueles que se vêem como lutadores/competidores e que se sentem compelidos a eterna busca pelo aprimoramento exigido pelo mercado. O ensino de inglês se configura como uma mercadoria necessária ao sucesso na carreira.

Desta análise, pode-se observar que os objetivos da escola divulgados em seu site oficial são deixados em segundo plano, enfatizando naqueles que querem vencer no mercado de trabalho, ou seja, os que querem desenvolvimento profissional e, conseqüentemente, social. Este slogan não se dirige para aqueles que visam desenvolver-se culturalmente. Aqui fica evidente seu caráter apelativo à venda, pois todos querem ser vencedores, independentemente do setor social, idade ou grau de escolaridade, mas nem todos querem desenvolver-se culturalmente. Esta seria uma forma de divulgar produto “aprendizagem de um novo idioma” sem excluir nenhum consumidor, atingindo o maior número de pessoas.

Em resumo, o slogan da Wizard permite a interpretação de que o curso desta escola seria voltado, para ensinar inglês e assim formar vencedores no mercado de trabalho. A relação entre inglês e mercado é intrínseca: rumo ao sucesso.

Aqui seus *sonhos* podem se realizar

A escola de idiomas Fisk, fundada em 1958 pelo americano Richard Hugh Fisk, que decidiu, após uma visita ao Brasil, que ficaria no país para lecionar inglês. Para isso, Fisk criou seu próprio método, baseado em dificuldades específicas que os brasileiros apresentam ao aprender inglês. Em 1992, foi criada a fundação Richard Hugh Fisk que traduz os objetivos deste americano e, conseqüentemente, da rede de escolas de idiomas Fisk:⁹

"Produzir programas educacionais a fim de promover o ensino de idiomas com total qualidade e responsabilidade social, contribuindo para o desenvolvimento intelectual e cultural de alunos, professores e colaboradores".¹⁰

O slogan da Fisk trabalha numa perspectiva diferente: a dos sonhos. O mundo dos sonhos é, muitas vezes, fantasioso, repleto de coisas inacessíveis e impossíveis, o que remete a uma perspectiva do fantástico, uma das características do Romantismo. O Romantismo foi um movimento artístico e

⁹ Adaptado de <http://www.fisk.com.br/2008/www/default.htm> às 23h35min, no link “Conheça a Empresa”

¹⁰ Fonte: <http://www.fisk.com.br/2008/www/default.htm>, no link “Conheça a Empresa”

filosófico surgido nas últimas décadas do século XVIII na Europa que perdurou por grande parte do século XIX e caracterizou-se como uma visão de mundo contrária ao racionalismo. Assim como no Romantismo, o slogan da Fisk designa uma visão subjetiva, centrada na idéia de que aprender inglês nesta escola permitiria ao sujeito a realização de sonhos, independentemente que estes se coadunem com a realidade ou não. Essa publicidade possui um viés onírico, colocando o inglês como um facilitador na concretização de objetivos, ignorando obstáculos intrínsecos ao se contrapor sonho com realidade; deste modo, aquisições materiais poderiam ser realizadas pois, através do inglês o sujeito conquistaria um bom lugar no mercado de trabalho e, como conseqüência, ganharia dinheiro suficiente para realizar esses sonhos de ordem material. No entanto, diferentemente do da Wizard, o slogan da Fisk faz uso do verbo poder, o que causa efeito de possibilidade, como se o curso de inglês desta escola pudesse facilitar “realizar o sonho”.

Relação entre as propagandas e o discurso dos alunos

Como já exposto, durante aulas de inglês, ministradas por mim em setembro de 2007, perguntei aos meus alunos o motivo pelo qual eles estudavam inglês. Obtive respostas como:

“(...) o inglês ajuda a gente no mercado de trabalho hoje em dia.. Em qualquer entrevista de emprego, eles preferem aquele que sabe falar inglês. Se você não sabe inglês você é analfabeto...”
(Turma 01- Alunos entre 17 e 33 anos)

“(...) eu estudo porque o meu pai quer... Mas eu acho que ele faz isso para o meu bem, porque o inglês ajuda a gente na hora de arrumar um bom serviço.”
(Turma 02- Alunos entre 13 e 14 anos)

“(...) na seleção de uma empresa o inglês faz diferença... Se um cara tem inglês e o outro não e os dois são bons, vão escolher o cara que sabe inglês, porque o inglês ajuda a gente na hora de arrumar um emprego.”
(Turma 03- Alunos entre 17 e 26 anos)

“Ah.. Eu acho que é mais ou menos isso.. Hoje em dia o inglês é muito importante!”
(Turma 03- Alunos entre 17 e 26 anos)

Dos trechos destacados acima, fica evidente que a maioria dos alunos atribuem ao inglês uma importância profissional, com o mesmo argumento: facilidade de inserção no mercado de trabalho.

O primeiro trecho e o terceiro trecho evidenciam a realidade da exclusão de quem não tem domínio da língua inglesa.

O aluno, no primeiro trecho, atribui à aprendizagem do inglês mesma importância da aquisição da leitura e da escrita. Ao não falar a língua inglesa, segundo o aluno, o sujeito seria um excluído da sociedade, cuja cultura é baseada na escrita. Na maioria das vezes, os analfabetos sentem-se culpados pelo fato não dominarem o discurso escrito que é dominante na sociedade e é este sentimento de culpa que, segundo o aluno, os sujeitos que não sabem inglês sentiriam.

No terceiro trecho, outro aluno expõe a exclusão do sujeito que não sabe o inglês sob um diferente aspecto: o do mercado de trabalho. Segundo o aluno, o fato de não saber inglês serve como caráter seletivo para o empregador: se os dois candidatos a vaga têm todos os requisitos exigidos, o que souber o inglês será o contratado.

O segundo trecho, de um aluno diferente, já demonstra um aspecto diferente: o da vontade do pai. O aluno estuda inglês devido a vontade do pai e acredita que é para o seu bem, para obter um emprego. Isto evidencia que o discurso do inglês como facilitador da inserção no mercado de trabalho já constituiu a geração dos pais. Pode-se observar também que o aluno especifica que não seria um emprego qualquer, mas sim um “bom” emprego, demonstrando a relação da aquisição do inglês ao sucesso no mercado de trabalho e até mesmo de destaque na sociedade

No quarto trecho exposto, o aluno afirma que o inglês é importante, mas não sabe explicar muito bem o motivo. Isso evidencia o conceito de “nó de rede”, de Foucault, no qual o sujeito enuncia um conceito ou idéia anterior ao seu discurso. Assim, o discurso de que o inglês é um meio que facilita a entrada do sujeito no mercado de trabalho veiculado pela mídia (como analisado anteriormente), seria uma das formas de influenciar no discurso dos sujeitos. Mesmo sem saber o motivo da sua afirmação em relação a aprendizagem da língua inglesa, o aluno emite uma opinião.

Conclusão

Diante da observação dos elementos expostos, é possível apontarmos conclusões a respeito tanto do discurso da mãe¹¹ quanto dos filhos¹².

Quando a Mãe me diz que sabe que é necessário que a filha estude inglês pois “a escola só não adianta (...)” e que “tem que estudar bastante e aprender o inglês”, pois a mãe não quer ver a filha “(...) limpando a privada da casa dos

¹¹ Vide pág. 2 deste trabalho.

¹² Vide exemplos no final deste trabalho, em “Trechos Relevantes das Entrevistas com os Alunos”.

otro”, ela expõe claramente o discurso Fordista, no qual está embutida a idéia de que se o indivíduo não procurar formas de qualificar-se ao máximo, suas possibilidades de empregabilidade serão mínimas. Ancorado a isto está o discurso no qual as propagandas de escolas de línguas fundamentam-se, buscando persuadir o indivíduo de que se ele não consumir o “produto curso de inglês” ele não terá muitas oportunidades de vencer no mercado de trabalho, já que um curso de inglês pode ser “uma excelente oportunidade de negócios”.¹³ Portanto, com este discurso, a mãe afirma, de maneira implícita, que o sucesso profissional¹⁴ de sua filha está diretamente ligado com sua requalificação profissional em que o inglês está inserido.

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

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

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

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

¹³ Alusão à propaganda da escola SKILL.

¹⁴ Entenda-se aqui “sucesso profissional” como participar do mercado de trabalho exercendo profissões que denotam status ao indivíduo.

Referências Bibliográficas:

- CRUZ, S. E.S. “As relações de poder no processo de aquisição de Língua estrangeira através das propagandas das Escolas de Idiomas”. Campinas – SP, 2007– Universidade Estadual de Campinas em:
<http://www.iel.unicamp.br/revista/index.php/ile/article/view/58>
- LABOV, W., & WALEZTKY, J. Native analysis: oral versions of personal experience. In J. Helm (ed.). Essays on the Verbal and Visual Arts. Seattle, University of Washington Press, 1967, p.12-44.
- LIMA, G.P. “Breve trajetória da língua inglesa e do livro didático de inglês no Brasil” – Universidade Estadual de Londrina em : <http://www2.uel.br/eventos/sepech/arqtxt/resumos-anais/GislainePLima.pdf>
- ORLANDI, E.P. “Análise de Discurso: princípios e procedimentos”, 7ª Edição, Campinas, SP: Pontes, 2007.
- PENNYCOOK, A. “The cultural politics of English as an international language: The word in English” – New York: Longman Publishing, 1994. p. 1-35.
- POCHMANN, M. “O Desemprego na globalização”. São Paulo: Boitempo, 2001.
- ROSA, M. A. “A Relação Entre Domínio da Língua Inglesa e Empregabilidade no Imaginário Brasileiro em Tempos de Mundialização do Capital (“Globalização”)”. Campinas, SP : [s.n.], 2003 - Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem.
- SANTOS, M.S.- Relações de Poder: Análise do Discurso de Duas Escolas Idiomas. Campinas, SP: 2009 – Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem.