

INGLÊS COMO LÍNGUA INTERNACIONAL E O CURSO LEA-NI DA UESC: UM ESTUDO DO LIVRO MARKET LEADER ELEMENTARY

Mário Bastos Cunha*

Resumo: A língua inglesa adquiriu, há algumas décadas, o status de língua internacional, uma vez que é usada para comunicação entre indivíduos de diferentes nacionalidades, além de ser a língua utilizada em grande parte das relações comerciais e diplomáticas, dentre outras funções. Ao observarmos o perfil do aluno a ser formado no curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais – LEA-NI, da Universidade Estadual de Santa Cruz, entendemos que esse profissional precisa aprender esse idioma nesta perspectiva, visto que precisará negociar com pessoas de muitas nacionalidades diferentes. Sendo assim, o objetivo geral deste trabalho consiste em verificar se a língua inglesa é tratada numa perspectiva de língua internacional no livro didático adotado para o ensino de língua inglesa no primeiro semestre do curso LEA-NI da UESC. Especificamente, pretendemos compreender o conceito de Inglês como Língua Internacional (ILI) e refletir sobre a importância do estudo do inglês numa perspectiva de língua internacional para a formação do profissional de LEA-NI. Este trabalho se trata de uma pesquisa bibliográfica qualitativa, tendo como principais referências: Smith (1981), Kachru (1982), Crystal (2003), McKay (2002), Leffa (2002) dentre outros. Neste estudo, após análise do livro didático Market Leader Elementary, a partir da identificação das ocorrências nas quais falantes de outras línguas utilizam-se do inglês para se comunicarem, verificamos que o material didático em questão não atende satisfatoriamente os conceitos elencados no texto sobre o Inglês como língua Internacional.

Palavras-chave: Inglês como língua internacional. Negociador internacional. Livro Didático.

Abstract: The English language acquired the status of an international language a few decades ago, since it is used for communication between individuals from different nationalities, besides being the language used in most commercial and diplomatic relations, among other functions. When looking at the profile of the undergraduate student of Foreign Languages Applied to International Negotiations – LEA-NI, State University of Santa Cruz, we understand that this professional must learn this language in this perspective, since he will need to negotiate with people from many different nationalities. Therefore, the main purpose of this research is to verify if the English language is treated in an international language perspective in the textbook adopted for teaching English in the first semester of LEA-NI, UESC. Specifically, we intended to understand the concept of English as an International Language (EIL) and to reflect on the importance of studying English in a perspective of international language for the professional of LEA-NI. This is a qualitative bibliographical research, having as main references Smith (1981), Kachru (1982), Crystal (2003), McKay (2002), Leffa (2002), among others. In this study, after an analysis of the textbook Market Leader Elementary, where we identified the occurrences in which speakers of other languages use English to communicate, we verified that the didactic material in analysis does not satisfactorily meet the concepts discussed in the text about English as an International Language.

Keywords: English as an International Language. International Negotiator. Textbook.

* Formando do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI), da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, Bahia, Brasil. E-mail: mario.bc@bol.com.br

1 Contextualizando

Um fenômeno que vem sendo observado já há algum tempo é a presença cada vez maior da língua inglesa nas mais diversas formas da comunicação diária e em escala global. Este fenômeno é notado com facilidade nos ambientes empresarial e acadêmico, nas comunicações governamentais e mesmo no cotidiano das populações ao redor do mundo. Está nos programas de rádio e TV, na internet, nos cartazes, nos rótulos de produtos etc. A capacidade de falar este idioma vai além de um mero incremento ao currículo e já se impõe como um pré-requisito para a vida profissional.

O senso comum nos conduz no sentido de reconhecer o inglês como a língua mais falada no nosso planeta. Entretanto, isto não significa que o inglês seja reconhecido como língua oficial na maioria dos países, nem mesmo que possua o maior número de falantes efetivos. Não há como contestar, porém, o fato de que o inglês é a língua mais difundida no mundo. Quem faz viagens internacionais pode comprovar isto com facilidade, especialmente nas grandes cidades, onde o inglês está presente nas sinalizações de trânsito, nos meios de transportes, nos menus de restaurantes, nos parques, museus e em diversos outros ambientes. Ainda que consideremos apenas o território brasileiro, mesmo longe dos grandes centros, nas pequenas cidades do interior com ou sem atividade turística, encontramos propagandas em inglês por todo o comércio. Nas capitais e nas grandes cidades, são diversos os programas de treinamento para autoridades policiais, taxistas e outros tantos profissionais que eventualmente tenham que lidar com o visitante estrangeiro.

O inglês, como se sabe, é a língua de origem de países que na história recente vêm dominando quase todos os espaços no cenário internacional. Acerca dessa questão, Lacoste afirma:

Há séculos, a difusão de uma língua em determinados territórios em detrimento das línguas que até então eram faladas ali traduz rivalidades de poderes nesses territórios. Foi o que se deu na construção dos Estados-nação e na propagação, em cada um deles, de sua língua nacional, em detrimento do que hoje se classifica como 'línguas regionais' e que são os falares de antigos conjuntos geopolíticos. (LACOSTE, 2005, p. 7).

Neste contexto podemos citar, por exemplo, a Inglaterra, com a exploração de suas colônias e a revolução industrial e os Estados Unidos da América com seu poderio militar, com bases militares instaladas nos quatro cantos do planeta, seu alto grau de

desenvolvimento econômico, estabelecendo o dólar como principal moeda do comércio exterior e sua liderança no campo das novas tecnologias.

Além disso, os EUA e a Inglaterra exercem grande influência na opinião pública mundial, com seu domínio da Internet, com a massificação de seus valores e sua cultura através do cinema, da música, dos esportes etc. Em *English as a Global Language*, de 2003, David Crystal apresenta estatísticas mostrando que já nos anos 2000, cerca de um quarto da população mundial possuía alguma competência em inglês, algo em torno de 1,5 bilhão de pessoas. Nenhum outro idioma alcançou tal crescimento. Nem mesmo os chineses que, considerando todos os dialetos falados, somavam "apenas" cerca de 1,1 bilhão de falantes.

Esta extraordinária expansão da língua inglesa não passou despercebida para a comunidade de estudiosos em sociolinguística, tanto assim, que várias pesquisas vêm sendo realizadas sobre o tema, como por exemplo, os trabalhos de Kachru (1985), que identificou os “Círculos do Inglês” e Leffa (2002) que estabeleceu critérios essenciais para que um idioma possa cumprir a função de uma língua internacional, ambos serão discutidos mais adiante. A discussão em torno do inglês como língua internacional ganhou bastante relevância à medida que a comunidade acadêmica começou a dar mais atenção à expansão do inglês no âmbito internacional. Em 1978, o uso do inglês como língua franca tornou-se o foco de duas grandes conferências linguísticas internacionais e, pela primeira vez, foram discutidos os contextos sociolinguístico e político de países onde o inglês é usado como língua não nativa. A primeira conferência foi organizada por Larry E. Smith, no Havaí, e a segunda foi organizada por Braj Kachru, em Illinois (BICLEY, 1981). Estas conferências resultaram em duas publicações, “English for cross-cultural communication” (SMITH, 1981) e “The other tongue: English across cultures” (KACHRU, 1982).

A língua inglesa está presente nos currículos de quase todas as escolas do país, públicas e privadas, do fundamental ao nível médio, nos cursos técnicos das mais diversas áreas, nas escolas de idiomas, obviamente, e principalmente nas universidades, em praticamente todos os cursos de graduação e pós-graduação. Com base em todas as informações apresentadas até aqui, não restam dúvidas quanto à importância deste idioma para a nossa vida diária e, sobretudo, na nossa vida profissional. Por tudo isso e visando preencher uma lacuna no mercado de trabalho é que, em 26 de novembro de 1999 foi assinado um acordo de cooperação internacional entre a Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) e a Universidade de La Rochelle (ULR) – França, para a criação do curso de Línguas

Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais – LEA-NI, oferecendo uma formação profissional multidisciplinar, incluindo comércio exterior e relações internacionais, com especial atenção ao ensino de línguas estrangeiras entre as quais está o Inglês.

Para se atingir os objetivos propostos pelo curso, faz-se necessário uma constante avaliação quanto à conformidade do projeto acadêmico do curso com as ementas das disciplinas e com o material didático utilizado. Esta é a principal justificativa para realização deste trabalho, e decorre fundamentalmente, da importância e da representatividade que o curso LEA-NI tem junto à comunidade acadêmica da UESC, por conta do pioneirismo de seu projeto acadêmico no Brasil e dos diversos convênios celebrados com outras grandes universidades em vários países, visando à manutenção do status de excelência alcançado ao longo dos anos, com a oferta de profissionais altamente capacitados ao mercado de trabalho nacional e internacional.

O objetivo geral desta pesquisa consiste em verificar se a língua inglesa é tratada numa perspectiva de língua internacional no livro didático adotado para o ensino de língua inglesa no primeiro semestre do curso LEA-NI da UESC. Mais especificamente, pretende-se compreender o conceito de Inglês como Língua Internacional; refletir sobre a importância do estudo do inglês numa perspectiva de língua internacional para a formação do profissional de LEA-NI e identificar as ocorrências nas quais falantes de outras línguas utilizam-se do inglês para se comunicarem em um dos livros didáticos da coleção adotada para o ensino de língua inglesa nesse curso.

Nesta pesquisa, a metodologia empregada baseia-se num levantamento bibliográfico sobre o tema, com o propósito de estabelecer as bases e os conceitos a serem utilizados na análise do nosso objeto de pesquisa, o livro didático Market Leader Elementary, da editora Pearson Longman, adotado para o ensino de língua inglesa no primeiro semestre do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, da Universidade Estadual de Santa Cruz.

Este trabalho está dividido em quatro partes principais, além desta introdução, onde apresentamos o tema e um breve histórico de como o inglês alcançou o status de língua internacional. No primeiro capítulo, apresentamos algumas das principais definições do que vem a ser uma língua internacional, seguida de uma avaliação sobre o ensino do inglês numa perspectiva de língua internacional. No segundo capítulo, discutimos a importância do conhecimento de ILI para o negociador internacional, abordando os conceitos de

interculturalidade e multiculturalidade e sua relevância no diálogo entre interlocutores de diferentes origens. No terceiro capítulo, analisamos um caso concreto, com a aplicação dos conceitos de ILI ao material didático utilizado no primeiro semestre do curso LEA. Finalmente, na conclusão, resumimos os principais aspectos debatidos ao longo do trabalho e apresentamos as considerações finais desta pesquisa.

2 Inglês como língua internacional

2.1 Definição de ILI

Ao tratarmos de língua internacional, devemos levar em conta não apenas a quantidade de falantes do idioma, entre nativos e não-nativos, mas também, a sua dispersão geográfica e a quantidade de povos de distintas origens que aderem a uma determinada língua como uma ferramenta de desenvolvimento. No tocante à dispersão geográfica e aos diferentes povos que falam o inglês, Braj Kachru foi um dos principais responsáveis pelo reconhecimento das múltiplas variedades do idioma e empregou grandes esforços na tentativa de conceituar este fenômeno. Kachru (1985) identificou pelo menos três grandes contextos sociolinguísticos, os quais foram organizados no que ele chamou de círculos do inglês, como seguem: O *Inner Circle* (círculo interior) – representando as bases convencionais da língua, ou seja, os países onde o inglês é a língua mãe, aqui representados por: Estados Unidos, Inglaterra, Austrália, Canadá etc; O *Outer Circle* (círculo externo) – incluindo países como Gana, Nigéria, Índia, Singapura etc., onde o inglês é a segunda língua ou recebe o *status* de língua oficial e o *Expanding Circle* (círculo em expansão) – compreendendo países onde o inglês é a primeira opção como língua estrangeira, por exemplo: China, Brasil, Rússia, Alemanha etc. Com isso, segundo Kachru (1992), o Inglês como Língua Internacional seria o resultado do contato entre os usos da língua característicos de cada círculo, sem que nenhum deles seja considerado superior ao outro.

Uma língua internacional parece algo como um sonho antigo da humanidade, a possibilidade de que houvesse uma linguagem comum aos povos, uma forma de comunicação ideal e que não conferisse *status* de superioridade a nenhuma nação em particular, que não implicasse em privilégios de qualquer natureza, cultural, tecnológica, econômica etc. Infelizmente, os registros históricos mostram exatamente o contrário, que nos vários

momentos em que outras línguas alcançaram o *status* de língua franca ou de língua mais falada, quantitativamente e/ou de grande dispersão territorial, estas línguas estavam sempre associadas a nações com grande poderio militar e superioridade econômica e tecnológica.

Nas palavras de Crystal (2003, p.7, tradução nossa):

Sem uma forte base de poder, qualquer que seja sua natureza, nenhuma língua pode progredir como um meio internacional de comunicação. A língua não tem existência independente, vivendo em algum tipo de espaço místico além das pessoas que falam o idioma. A língua existe apenas nos cérebros, ouvidos, bocas e olhos de seus usuários. Quando estes usuários conseguem sucesso, no cenário internacional, seu idioma é bem sucedido, quando eles falham, seu idioma também falha.¹

Assim, o sucesso do inglês como língua internacional também decorre diretamente do sucesso alcançado pelas nações de língua inglesa nos últimos dois séculos.

No que tange à definição do que seria considerada uma língua internacional, podemos encontrar diversos conceitos, os quais são, algumas vezes, bastante divergentes. McKay (2002), por exemplo, defende que, para atingir o *status* de língua internacional, um idioma precisa apenas possuir um grande número de falantes nativos, o que incluiria nessa categoria línguas como mandarim, espanhol e até mesmo o português. Em outra direção, Smith (1976), argumenta que para ser considerado uma língua internacional, o idioma precisa ser usado por pessoas de diferentes nações para se comunicar umas com as outras. Este autor define, ainda, o que denomina ‘língua auxiliar’, que seria aquela que, não sendo a materna, seria usada internamente por falantes de um determinado país para se comunicar.

Fazendo uma análise sobre o que Smith defende, Siqueira (2008) argumenta que:

O inglês, sem sombra de dúvidas, espelhando-se na categorização dos círculos concêntricos de Kachru (1985), é atualmente a língua que exerce ambos os papéis com maior frequência. Por essa razão, Smith (1976) a considera uma língua auxiliar internacional, que praticamente se desnacionaliza ao assumir tal condição.

Smith (1976) considera, portanto, o inglês como uma língua auxiliar internacional e defende que independente de quem seja o falante, ela pode ser de qualquer indivíduo que dela faça uso para propósitos específicos. O autor advoga, ainda, que não é necessário ser falante

¹ Without a strong power-base, of whatever kind, no language can make progress as an international medium of communication. Language has no independent existence, living in some sort of mystical space apart from the people who speak it. Language exists only in the brains and mouths and ears and hands and eyes of its users. When they succeed, on the international stage, their language succeeds. When they fail, their language fails. (CRYSTAL, 2003, p.7)

nativo do inglês, como australianos, britânicos, canadenses e americanos, nem mesmo é necessário apreciar a cultura desses países para requerer a posse dessa língua e usá-la de forma eficiente.

Indo um pouco mais além das assertivas anteriores, Leffa (2002) estabelece que, para que um idioma possa cumprir a função de uma língua internacional, este deve atender a critérios bem específicos, os quais o próprio autor define como essenciais, porém quase impossíveis quando aplicados a uma língua natural. Diz o autor:

Este idioma, idealmente, deveria atender a três critérios especiais: (1) ele não deveria ter falantes nativos – todos deveriam usá-lo como língua estrangeira; (2) ele não deveria estar associado a nenhuma cultura em particular – países de diferentes culturas deveriam utilizá-lo e; (3) ele deveria ser utilizado de forma exclusiva para fins específicos – ele jamais deveria competir com os propósitos para os quais a língua nativa é utilizada, por exemplo.² (LEFFA, 2002, p.14, tradução nossa)

O autor ainda complementa que, obviamente, nenhuma língua natural poderia atender a todos os critérios, não dá nem para imaginar uma língua natural sem falantes nativos. Ainda assim, o autor concorda que o inglês, é sem dúvidas, a língua que mais se aproxima da condição de língua multinacional.

Por fim, é importante deixar claro, que ainda não há consenso acerca de uma nomenclatura que seja consistente com a dimensão que a língua inglesa alcançou no âmbito internacional. Por isso mesmo, entre os principais autores, diversas expressões são empregadas, como por exemplo: International English (Brieger, 1989), Global English (Raley, 2003), English as an International Language (Smith, 1981), World English (McArthur, 2002; Rajagopalan, 2004), General English (Ahulu, 1997), English as a Global Language (Crystal, 2003) etc. Entretanto, para o escopo deste trabalho, em toda referência ao uso do inglês como língua comum na comunicação entre falantes nativos de outros idiomas, a partir de agora, usaremos apenas a nomenclatura “Inglês como Língua Internacional” – ILI.

² This language, ideally, should meet three special criteria: (1) it should have no NS – everybody should speak it as a foreign language; (2) it should be culture independent – different countries should use it; and (3) it should be used only for specific purposes – it should never compete with the purposes for which the native language is used, for example Leffa (2002, p.14).

2.2 Aprendizado/Ensino de língua inglesa numa perspectiva de ILI

Com base em pesquisas recentes, cujos resultados apontam em vários aspectos, grande vantagem competitiva do indivíduo multilíngue em relação ao monolíngue e, num contexto em que a língua inglesa vem se consolidando na condição de língua internacional e de principal opção como segunda língua na maioria dos países, pode-se dizer que, num mundo cada vez mais interconectado, multilíngue e multicultural, o aprendizado de ILI torna-se fator de grande importância para o sucesso profissional nas mais diversas áreas.

Podemos afirmar, todavia, que o aprendizado de uma língua estrangeira não é uma tarefa simples, não basta apenas treinar a pronúncia, memorizar algumas regras gramaticais e acumular palavras e expressões ao seu dicionário. Segundo Brun (2003), “No estudo das línguas, encontram-se implicados não somente a formação de comportamentos linguísticos, mas também modificações na estrutura mental, adaptações à maneira de pensar e cortes da realidade refletidos na língua estrangeira estudada”.

As línguas locais, quando comparadas a uma língua internacional, passam a impressão de serem relativamente mais estáveis, o que sugere haver maior facilidade na organização de dicionários, bem como a sua normatização quanto às regras gramaticais e ortográficas e, conseqüentemente, no seu aprendizado. No sentido contrário, uma língua com alcance internacional como o inglês apresenta uma complexidade que restringe bastante a possibilidade de se estabelecer uma norma internacional para a língua. Com base nessa informação e tomando o inglês como exemplo, não mais como língua local e sim numa perspectiva de ILI, contraditoriamente, ao mesmo tempo em que encontramos amplo material de estudo, por ser uma língua global, também precisamos observar que seu aprendizado exige cuidados extras.

Dada a importância do inglês como língua internacional é possível que já existam ou que possam vir a ocorrer, estudos na tentativa de simplificar e padronizar o idioma, de modo a facilitar o seu ensino e uso em escala global. Porém, a criação de um padrão “neutro” que possa ser reconhecido como um “inglês internacional” é quase impossível, o que se verifica na prática são abordagens nas quais o aluno é exposto a variadas formas de se falar o idioma, com o intuito de desmistificar a idéia que a maioria dos estudantes têm de que seu inglês será tanto melhor quanto mais próximo for das vertentes Americana ou Britânica.

Smith (1976, 1987) entende que deve haver uma dissociação entre falar uma língua e assimilar a cultura por ela representada; que uma língua ao tornar-se internacional, necessariamente, perde sua identificação com uma única cultura ou nação e deve caracterizar-se basicamente por sua função precípua, capacitar o aprendiz para a comunicação de suas ideias e cultura com outros usuários, falantes nativos ou não, desta mesma língua. Assim, qualquer que seja o contexto, global ou local, os falantes de inglês como língua internacional tornam-se livres das normas culturais dos países do círculo central e podem utilizar-se da língua como meio de comunicação, de forma ampla e eficiente.

Segundo McKay (2002, p.12 apud Siqueira 2008, p.75), o uso de ILI passa não por uma desnacionalização, mas por uma renacionalização de sua posse. É exatamente esse processo que tem levado a inovações, nos níveis lexical e estrutural nas variantes do inglês falado em países do círculo externo, causando preocupações quanto à falta de padrões comuns no uso corrente da língua.

O ensino da língua inglesa numa perspectiva de ILI requer uma especial atenção a alguns aspectos que são intrínsecos ao aprendizado de uma língua estrangeira de alcance global. É preciso considerar a diversidade de contextos sociais, a multiplicidade e a dinâmica das interações nos cenários: político, econômico, educacional etc. Embora bastante divergentes e não limitando-se aos citados acima, tais aspectos, se bem avaliados e adequadamente debatidos, podem contribuir para enriquecer o processo de aprendizagem da língua.

Enfim, não basta apenas utilizar um rótulo que seja mais amplamente aceito como “Inglês Internacional”; é preciso que sejam desenvolvidos materiais didáticos que atendam à crescente demanda por livros com uma abordagem mais global, não privilegiando aspectos como nacionalidades ou culturas dominantes, onde a temática seja realmente desenvolvida e não sirva apenas como uma mera estratégia de marketing.

3 O conhecimento de ILI e o negociador internacional

Considerando-se as diferenças ideológicas, a diversidade de sistemas jurídicos e as instabilidades do cenário internacional, entre outros fatores que influenciam as negociações com países estrangeiros, percebemos o mercado internacional como um ambiente de muitos conflitos, que vão desde questões mais objetivas, tais como: preços, taxas, quantidades,

especificações de conformidade e etc., estendendo-se a aspectos políticos como as medidas protecionistas, quebra de patentes e sanções comerciais a alguns países por motivos diversos, entre outros.

É importante destacar que, embora o comércio seja a grande mola propulsora das relações internacionais, a figura do negociador internacional deve ser compreendida de forma mais ampla, para além das transações comerciais, envolvendo muitas outras questões de naturezas diversas que podem, ou não, produzir efeitos sobre as relações comerciais. Nos processos de solução de controvérsias, de qualquer natureza, estão sempre presentes os negociadores internacionais, sejam eles: representantes dos setores industriais envolvidos, ministros de estados e diplomatas dos governos, diplomatas corporativos, mediadores e cortes arbitrais.

As circunstâncias nas quais ocorrem essas negociações são as mais variadas, as diferenças culturais evidenciam-se e influenciam na tomada de decisão das partes envolvidas. Alguns dos obstáculos frequentemente encontrados são de naturezas bem complexas, como: valores (conscientes e inconscientes), ideias e atitudes, diferentes tipos de comunicação (verbal e não verbal), estilos de negociação, língua ou línguas utilizadas e demais aspectos das culturas representadas, que são de vital importância para o sucesso numa negociação.

Aliás, como definem Godinho e Macioski (2005, p.147):

A negociação é o processo de buscar a aceitação de idéias, propósitos ou interesses, visando ao melhor resultado possível, de tal modo que as partes envolvidas terminem a negociação, conscientes de que foram ouvidas, tiveram oportunidades de apresentar toda sua argumentação e que o produto final seja maior que a soma das contribuições individuais.

O ponto de partida em qualquer negociação internacional é sempre o estabelecimento de um canal de comunicação, de uma língua comum a ser utilizada no processo. Na atualidade, na maioria dos casos, o inglês é a língua mais empregada para esta função, tanto que, nas palavras de Tsedal Neeley (2012), autora de *The Language of Global Success: How a Common Tongue Transforms Multinational Organizations*, “Adopting a common mode of speech isn't just a good idea; it's a must”³.

³ A adoção de um modo comum de comunicação não é apenas uma boa ideia, é obrigatório.

A adoção de uma política global de idiomas não é fácil, e as empresas que aderem a esta política invariavelmente enfrentam muitas dificuldades ao longo do processo. Nesta política de estabelecer o inglês como língua oficial de negócios nas empresas, estamos nos referindo ao inglês numa perspectiva de ILI e do seu correto emprego, não necessariamente das normas cultas, mas sim e especialmente, de suas referências interculturais e multiculturais. Aliás, neste aspecto em particular, observamos uma estreita relação entre conhecimento de ILI e competência comunicativa intercultural e multicultural. Segundo Berwig (2004, p.33):

Poderíamos definir competência comunicativa, como o conhecimento que nos permite utilizar a linguagem como instrumento de comunicação em um contexto social determinado; é um conceito dinâmico baseado na negociação do significado entre os interlocutores, aplicável tanto à comunicação oral como à escrita, que se atualiza em um contexto ou numa situação particular.

Sobre competência comunicativa intercultural e multicultural, entendemos como necessário mencionar o que diz Kramsch (1998 apud Berwig 2004, p. 40), que faz distinção entre dois termos usados para referir-se à comunicação entre pessoas de culturas diferentes. Segundo a autora:

O termo "cross-cultural" ou intercultural é frequentemente usado para fazer referência ao contato de duas culturas ou duas línguas, mas também pode se referir a uma comunicação entre pessoas com a mesma língua nacional, mas de diferentes etnias, níveis socioeconômicos e gêneros. Já o termo multicultural seria usualmente empregado de duas maneiras: no sentido social, para indicar a coexistência de pessoas com backgrounds e etnias diversas, para designar sociedades multiculturais e; no sentido individual, caracterizando pessoas que pertencem a várias comunidades discursivas e, desta forma, têm recursos lingüísticos e estratégias sociais para serem afiliados e identificados com diferentes culturas e meios de usar a linguagem, conforme o papel social que desempenham.

Retomando a nossa discussão sobre ILI, como já visto anteriormente, salientamos que o inglês como língua franca não possui um padrão, não há uma norma internacional. Por isso, o conhecimento do idioma numa perspectiva de ILI propicia ao negociador internacional uma melhor compreensão dos tópicos envolvidos numa negociação e facilita a identificação do que realmente está em jogo nas diversas etapas do processo, permitindo ao negociador antecipar atitudes e reações da outra parte, e adaptar suas estratégias conforme as circunstâncias, minimizando o cometimento de erros e evitando possíveis armadilhas de uma comunicação equivocada.

Os representantes dos diferentes países precisam ser capazes de entender e respeitar os bens culturais uns dos outros, buscando comunicar-se de forma mais efetiva, mantendo o respeito mútuo e a cooperação com seus interlocutores para a resolução de problemas. Estas habilidades são cada vez mais exigidas por empresas internacionais e grandes corporações, partindo da percepção de que falhas na comunicação intercultural, devido a algum descompasso entre as intenções e interpretações dos interlocutores, podem resultar muitas vezes na quebra de acordos importantes. Neste sentido, para que a comunicação intercultural seja eficaz, devem-se tomar todos os cuidados para evitar, os estereótipos sobre seu interlocutor e/ou sua cultura, o que geralmente provocam mal-entendidos e desconfianças.

A favor do negociador internacional, o domínio de ILI abrange conhecimentos que vão além das situações típicas do cotidiano e incluem não apenas tópicos relacionados ao mundo dos negócios, mas também, arte, literatura, filosofia, história, geopolítica, diplomacia etc. Uma negociação internacional implica construir um relacionamento, onde se deve levar em conta os conceitos de interculturalismo e de multiculturalismo, de como distintas culturas podem se entrelaçar de uma forma relevante, sendo essenciais para a formação do negociador internacional, que deve desenvolver a capacidade de compreender a complexidade de distintas culturas. Com este entendimento, na busca por melhores resultados nas negociações, devemos ter em mente o que afirmam Conceição e Costa (2011, p.10), que a cultura deve ser considerada um fator de diferenciação estratégica, pois o estudo aprofundado com o objetivo de conhecer as peculiaridades culturais do país com o qual se está negociando pode ser um elemento de vantagem competitiva das organizações. Assim, o negociador deve evitar juízo de valor sobre a cultura do outro com base em sua própria cultura, ao contrário, deve ter a sensibilidade para observar e aprender com os costumes do outro, reavaliando os seus próprios costumes.

4 O curso LEA e o ensino de ILI: Uma análise do livro didático Market Leader Elementary

4.1 O Curso LEA-NI

O curso LEA teve origem na França, em meio ao processo de integração da comunidade europeia; naquele momento, o mercado internacional já demandava profissionais

com um novo perfil, mais dinâmicos e versáteis, e que pudessem atuar em diversas áreas, É neste cenário que surge o curso LEA, com a missão de formar uma nova classe de profissionais, com competências de caráter multi e interdisciplinar, com foco na aprendizagem de línguas estrangeiras e suas respectivas culturas. O curso engloba disciplinas de naturezas diversas (política, economia, história, administração, turismo, diplomacia, comércio exterior etc.) que ajudam a redefinir o profissional de línguas estrangeiras, apto para atuar em contextos de negociações internacionais, nos mais diversos tipos de organizações contemporâneas: companhias nacionais e transnacionais, ONGs, organismos governamentais e intergovernamentais etc.

O curso LEA-NI UESC em 2018, 15 anos após o início de suas atividades, apresenta resultados invejáveis para um projeto acadêmico ainda em fase de consolidação, devido ao pouco tempo de existência, se comparado com outros cursos mais tradicionais. O LEA-NI UESC já formou centenas de profissionais, muitos destes atuando em grandes empresas no Brasil e exterior. O curso tem convênios e mantém estreitas relações com várias universidades ao redor do mundo, organiza periodicamente eventos importantes, dando visibilidade e atraindo importantes parceiros para a UESC.

Por conta da realidade regional e das conhecidas deficiências no que se refere à preparação em línguas estrangeiras no ensino médio, bem como pelo fato de as línguas estrangeiras constituírem o eixo central dessa formação, o curso LEA-NI dá muita ênfase às três línguas estrangeiras contempladas pelo curso, tanto que somam a maior carga horária no conjunto geral dos módulos. As disciplinas de Inglês, Francês e Espanhol são oferecidas e distribuídas igualmente nos oito semestres do curso. Aqui, respeitando o escopo do trabalho, reproduzimos apenas a distribuição das disciplinas de língua inglesa e suas respectivas cargas horárias.

TABELA 1:

Distribuição das disciplinas de inglês por semestre.		
1º Sem.	Língua Inglesa I	105h
2º Sem.	Língua Inglesa II	105h
3º Sem.	Língua Inglesa III	90h
4º Sem.	Língua Inglesa IV	90h
5º Sem.	Inglês para Negócios I	60h
6º Sem.	Inglês para Negócios II	60h
7º Sem.	Inglês: Análise e Produção de Texto	45h
8º Sem.	Inglês: Tradução/Versão	45h
Total		600h

Fonte: Elaboração própria

Basicamente, as disciplinas de inglês do 1º ao 4º semestres mantêm as mesmas características, no 5º e 6º semestres, mudam apenas os temas específicos a serem trabalhados nas aulas. Já nos 7º e 8º semestres, as disciplinas são específicas para produção textual e tradução. Além das 600h de aulas, ainda podem ser acrescentadas mais 90h do estágio de vivência linguística, caso o aluno opte por fazê-lo em um país de língua inglesa. Por fim, também são oferecidas aulas e outras atividades com falantes nativos, através de projetos da própria UESC e de convênios com outras universidades.

4.2 O livro didático Market Leader Elementary

O Market Leader Elementary faz parte da série de livros didáticos Market Leader Business English Course, publicado pela Pearson Longman desde 2002. A série está organizada em cinco níveis (Elementary, Pre-Intermediate, Intermediate, Upper Intermediate e Advanced). Assinada por autores, com larga experiência em Business English e formados em áreas afins; a série é bem popular e está entre as melhores opções no ensino de inglês para negócios.

De maneira simples e informativa, e com forte tendência para o inglês britânico, trata-se de um livro de inglês especificamente para fins comerciais, tem um layout moderno e bem organizado, aliado a conteúdos baseados na realidade do mundo dos negócios. Desenvolvido em conjunto com o The Financial Times e usando amplamente seus artigos, o livro é relativamente fácil de acompanhar, abrange uma ampla gama de tópicos de negócios e passa a

sensação de confiança e autenticidade, com abundante vocabulário de negócios e estudos de casos.

O livro apresenta boa quantidade de exercícios, exemplos e muito vocabulário, com boa diversidade de pontos de vista e que estimulam o pensamento analítico. Com muita ênfase no trabalho em grupo, o livro apresenta tarefas como lançar uma campanha publicitária, resolver problemas com funcionários infelizes ou escrever um perfil da empresa, por exemplo, geralmente desencadeando uma conversa livre sobre interesses diversos e/ou trazendo à tona conhecimentos prévios dos alunos sobre o assunto em questão. São exercícios importantes para enfatizar a importância de falar correta e naturalmente.

Os conteúdos de gramática e linguagem não são prioridades, e recomenda-se o uso de algum material de apoio mais específico. A série é altamente recomendada para estudantes do setor de negócios, porém requer do aluno algum conhecimento prévio de inglês. A série Market Leader, assim como outras publicações modernas, oferece aos alunos muitos outros recursos, como CD/DVD com conteúdos de áudio e vídeos dos exercícios, programas de computador e acesso a conteúdos via internet.

4.3 Análise do livro didático Market Leader Elementary

Nesta parte fazemos uma análise das atividades do livro didático Market Leader Elementary relacionadas à compreensão oral (listening), a fim de identificar situações em que falantes não nativos de inglês usam esta língua para se comunicar e, dessa forma, verificar se o livro contempla satisfatoriamente a perspectiva de ILI, se apresenta a língua sem preferências, ou massivamente como a língua do nativo (americano, canadense, britânico...).

Esta análise foi realizada apenas no primeiro livro da coleção para verificar se o aluno que inicia o estudo da língua para negócios já é apresentado a essa perspectiva de ILI ou não. Deixamos claro, que independente dos resultados da análise realizada no primeiro livro da coleção, os demais livros podem apresentar resultados diferentes.

Após ouvir todas as atividades de listening repetidas vezes, decidimos pela elaboração de algumas tabelas e gráficos, para que pudéssemos quantificar e comparar as atividades de listening, da seguinte forma:

TABELA 2:

Units	Unit Titles	Activities
01	Introductions	7 (14)
02	Work and Leisure	3 (8)
03	Problems	4 (11)
04	Travel	5 (22)
05	Food and Entertaining	4 (8)
06	Sales	7 (9)
07	People	7 (20)
08	Markets	5
09	Companies	3
10	The Web	6 (9)
11	Cultures	6
12	Jobs	3

Fonte: Elaboração própria

TABELA 3 - ATIVIDADES DE LISTENING POR UNIDADE:

Falantes nativos exclusivamente	58
Falantes nativos e não nativos	16
Falantes não nativos apenas	7

Fonte: Elaboração própria

TABELA 4 - LISTENING POR (NATIVOS E NÃO-NATIVOS):

Britânicos	76
Americanos	5
Indianos	5
Brasileiros	0
Outros	21

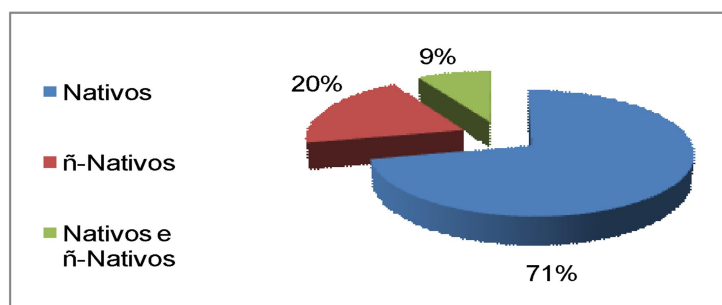
Fonte: Elaboração própria

Começamos nossa análise com algumas observações sobre os dados tabulados. Na tabela 2, os números entre parêntesis representam os registros de áudio, que por vezes ocorrem em quantidades maiores do que as atividades indicadas. Pelos mesmos motivos, nas tabelas 3 e 4, encontram-se números que podem parecer inconsistentes, o que de fato não ocorre, os resultados observados decorrem da audição de cada um dos registros de áudio que serviram de base para a contagem das atividades, por falantes e por nacionalidades.

É oportuno também observar que nos enunciados das atividades analisadas, em apenas alguns poucos casos encontram-se indicações das nacionalidades dos interlocutores. Como exemplos, podemos citar as atividades: 1.1 “Introductions”, 2.2 “Work and Leisure” e 10.1 “The Web”, ainda assim, foi difícil observar diferenças de pronúncia e entonação que pudessem facilitar a identificação das nacionalidades envolvidas, tornando relativamente impreciso o preenchimento das tabelas. Em uma das situações, por exemplo, no item 10.6 da unidade 10, “The Web”, registro de áudio “Call 4”, ao final de uma mensagem deixada em secretária eletrônica, o personagem diz “- By the way, it’s Bob here, from Chicago” o que nos indicou sua nacionalidade. Em praticamente 80% das atividades a identificação dos falantes e suas nacionalidades decorre apenas de uma apreciação subjetiva do ouvinte.

No gráfico abaixo comparamos as quantidades de falantes nativos e não-nativos representados nos registros de áudio dos diálogos analisados, considerando as seguintes situações, conforme apresentam: a) apenas nativos; b) apenas não-nativos e; c) nativos e não-nativos juntos.

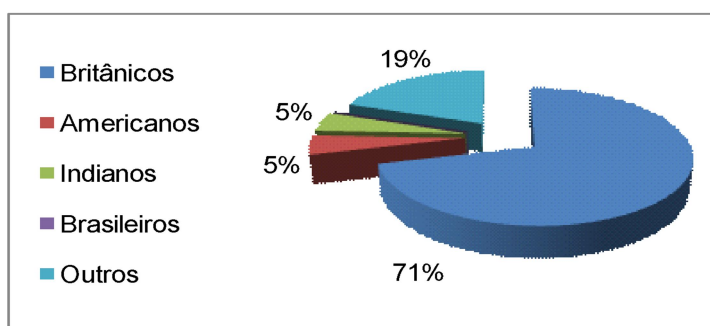
Gráfico 1 – Comparativo das quantidades de falantes nativos e não-nativos:



Fonte: Elaboração própria

Neste outro gráfico, vemos que além da baixa representação de falantes não-nativos, os percentuais de falantes por nacionalidades, confirmam o inglês britânico como a principal dentre as variedade representadas no livro em análise.

Gráfico 2 – Comparativo quantidades de falantes por nacionalidade:



Fonte: Elaboração própria

Com base nos dados apresentados anteriormente, nas tabelas 3 e 4, e especialmente nas representações gráficas acima, verificamos a presença massiva de falantes nativos versus não-nativos, bem como, observamos uma grande diferença nos percentuais das nacionalidades representadas, em favor do britânico.

Fazendo uma relação entre os conteúdos analisados e os conceitos de ILI abordados anteriormente no texto, verifica-se também que, os temas dos diálogos representados nos registros de áudio, são quase que exclusivamente voltados para o mundo dos negócios. Considerando a proposta pedagógica do curso LEA e as exigências que serão requeridas do futuro profissional de LEA-NI, concluímos que o uso do livro didático Market Leader Elementary, exclusivamente, não dá conta desse conhecimento, sendo recomendável que o professor insira em suas aulas algum material de apoio, que dê ao aluno condições de ter contato com a língua nessa perspectiva de ILI. Aliás, deixamos claro que o livro didático Market Leader Elementary é apenas uma dentre muitas outras obras de referência presentes na ementa do curso. Os professores são livres para adicionar outros conteúdos e geralmente o fazem, tornando as atividades de classe ainda mais eficazes.

5 Considerações finais

No início deste trabalho, apresentamos nossas justificativas, com base na importância do conhecimento do inglês como língua internacional e suas implicações, não apenas no campo da lingüística como também para o cotidiano das populações ao redor do planeta e, sobretudo, para os negociadores internacionais. Nesta pesquisa, tendo como referências, trabalhos de autores consagrados, ficou claro primeiramente que, considerando o número de falantes nativos e não-nativos, a quantidade de povos que utilizam o inglês como segunda língua, a dispersão geográfica que a língua alcançou, sua predominância na comunicação via internet etc. podemos sim, considerar o inglês como uma língua internacional. Por estes mesmos motivos, entretanto, também restou claro que, considerando a diversidade de contextos, a multiplicidade e a dinâmica das interações sociais, seria quase impossível estabelecer uma norma internacional para a língua.

Quanto à nomenclatura, percebemos que há uma variedade de expressões sendo utilizadas em relação ao uso do inglês como língua comum entre falantes nativos de outros idiomas e que, embora não haja consenso, há mais similaridades do que divergências entre os autores que serviram de referência nesta pesquisa. Assim, não havendo maiores comprometimentos para os objetivos desta pesquisa, decidiu-se pela nomenclatura “Inglês como Língua Internacional”, sem qualquer prejuízo para as demais.

Esta pesquisa também nos mostrou que há muitas vantagens em aprender um segundo idioma, e que estas são especialmente potencializadas se este segundo idioma tem status de Língua Internacional, como é o caso do Inglês, objeto desta pesquisa. As vantagens às quais nos referimos acima, desenvolvimento das habilidades cognitivas e aprimoramento do pensamento crítico entre outras, são essenciais ao negociador internacional, permitindo-lhe ignorar as informações irrelevantes e minimizar as influências de certos preconceitos, conseqüentemente, aumentando o grau de acertos na tomada de decisões.

Ao longo dos estudos realizados, buscamos manter o foco nos objetivos propostos, no sentido de verificar se a língua inglesa é tratada numa perspectiva de língua internacional no livro didático adotado para o ensino de língua inglesa no primeiro semestre do curso LEA-NI da UESC. A pesquisa bibliográfica realizada foi fundamental para compreendermos o conceito de Inglês como Língua Internacional e a partir daí refletirmos sobre a importância do

estudo do inglês numa perspectiva de língua internacional para a formação do profissional de LEA-NI.

Na análise do livro didático propriamente dito, foi possível avaliar diversas ocorrências nas quais falantes de outras línguas utilizam-se do inglês para se comunicarem e, podemos dizer, de modo geral, com base nos personagens e cenários retratados, que o livro apresenta boa variedade de situações do cotidiano do mundo dos negócios, fazendo referências a várias culturas e regiões do planeta, oferecendo informações importantíssimas para um negociador internacional. Porém, como indicam os dados apresentados nas tabelas e gráficos, elaborados a partir da avaliação dos registros de áudio (listening), levando-se em conta aspectos como pronúncia e entonação, bem como os diálogos propriamente ditos (scripts de áudio), não se vê claramente um alinhamento da proposta pedagógica do livro com a utilização de uma linguagem que se aproxima dos pressupostos do Inglês como Língua Internacional. Assim, entendemos que o livro não contempla satisfatoriamente a perspectiva de ILI, apresentando prioritariamente a língua do nativo britânico.

Salientamos que, objetivamente, o livro não se propõe a cumprir a função de apresentar ao aluno o inglês numa perspectiva de ILI e que esta análise foi proposta baseada no fato de que esta série de livros didáticos é muito popular e amplamente utilizada por pessoas de muitas nacionalidades para aprender língua estrangeira e, por isso, levantou-se a hipótese de que ele poderia contemplar essa visão de ILI. Além disso, entendemos que, como esse é o material adotado no primeiro semestre do curso LEA e que, como ele não dá conta de expor o aluno a uma perspectiva de ILI, entendemos que outros recursos e estratégias são necessários para que o aluno que se formará negociador internacional tenha a oportunidade de estar em contato com diversas variantes da língua inglesa e aprenda esse idioma numa perspectiva de língua internacional.

Referências

AHULU, S. **General English**: a consideration of the nature of English as an international medium. *English Today*. 13.1, N. 49, 1997, p. 17-23.

BERWIG, C. A. **Estereótipos culturais no ensino/aprendizagem de português para estrangeiros**. Dissertação (Mestrado em Letras), Departamento de Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná. Curitiba: Paraná, 2004.

BRIEGER, N. **Advanced International English**. London: Cassell, 1989.

BICKLEY, Verner. Prefácio. In: SMITH, L. E. **English for cross-cultural communication**. London: Macmillan, 1981.

BRUN, Milenna. Dificuldades na aprendizagem de línguas e meios de intervenção, **SITIANTIBUS - Revista da Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFES** n.29, jul/dez 2003.

CONCEIÇÃO, Marcela Silva da; COSTA, Thiago Medeiros. **A cultura como fator estratégico para o planejamento de marketing internacional**. 2011. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/10814300.pdf> Acesso em: 10 Maio 2017.

COTTON, David; FALVEY, David; KENT, Simon. **Market Leader Elementary Business English Course Book**. New Edition. Essex: Pearson Longman, 2007.

CRYSTAL, David. **English as a global language**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

GODINHO, Wagner Botelho; MACIOSKI, Juliana Maria K. **Estilos de negociação – A maneira pessoal de realizar negócios internacionais**. CIÊNCIA & OPINIÃO. Curitiba, v. 2, n. 1/2, jan./dez. 2005.

KACHRU, B. B. Standards, codification and sociolinguistic realism: the English language in the outer circle. In: QUIRK, R.; WIDDOWSON, H. **English in the world: teaching and learning and literatures**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1985, p.11-30.

KACHRU, B. B. Models for non-native Englishes. In: KACHRU, B. B. (Ed.). **The other tongue: English across cultures**. Urbana/Chicago: University of Illinois Press, 1992, p.48-74.

KACHRU, B. B. (Ed.). **The other tongue: English across cultures**. 2nd ed. Urbana and Chicago: University of Illinois Press. (1982/1992).

LACOSTE, Yves (Org.). **A Geopolítica do Inglês**. São Paulo: Parábola, 2005.

LEFFA, V. J. Teaching English as a multinational language. **The Linguistic Association of Korea Journal**, Vol. 10, N. 1, 2002.

McARTHUR, Tom. **The oxford guide to world English**. Oxford: Oxford University Press. 2002

McKAY, S. L. **Teaching English as an international language: rethinking goals and approaches**. Hong Kong: Oxford University Press, 2002.

NEELEY, Tsedal. **Global business speaks English**. Harvard Business Publishing Version: 1. In: Harvard Business Review, maio/2012. Disponível em: <<https://hbr.org/2012/05/global-business-speaks-english>> Acesso em: 15 de maio 2017.

RAJAGOPALAN, K. The concept of ‘World English’ and its implications for ELT. **ELT Journal**, Vol. 58, No. 2, Oxford University Press, 2004, p.111-117.

RALEY, Rita. Machine translation and global English. **The Yale Journal of Criticism**, vol. 16, n. 2, 2003.

SIQUEIRA, Domingos Sávio Pimentel. **Inglês como Língua Internacional: Por uma pedagogia crítica**. Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia, instituto de letras. 2008.

SMITH, L. English as an international auxiliary language. **RELC Journal**, Vol. 7, No.2, 1976., p.38-43.

SMITH, L. E. **English for cross-cultural communication**. London: Macmillan, 1981.

SMITH, L. **Discourse across cultures: Strategies in World Englishes**. New York: Prentice Hall, 1987.

UESC, Departamento de Letras E Artes. **Projeto Acadêmico Curricular do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais**. Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, 2011.