

## SÍNDROME DE VIRA-LATAS E OPENENGLISH: UMA ANÁLISE DISCURSIVA<sup>1</sup>

Autor: **Paulo Roberto Correia Esteves**<sup>2</sup>

prcesteves@uol.com.br  
*Universidade do Estado da Bahia*

Orientador: **Prof. Dr. Gilberto Sobral**

gsobral@uneb.br  
*Universidade do Estado da Bahia*

### RESUMO

O presente artigo intenciona analisar discursivamente os efeitos de sentido aludidos em uma peça publicitária televisiva elaborada pela produtora paulista Famigerada Filmes encomendada pela escola de inglês *online* OpenEnglish tentando localizar ideologicamente como o complexo de inferioridade do povo brasileiro é utilizado como ferramenta de persuasão de marketing.

Palavras-chave: OpenEnglish. Discurso. Docência. Língua Inglesa

### 1 FORMAÇÃO IDEOLÓGICA E FORMAÇÃO DISCURSIVA

Althusser (1970 apud BRANDÃO, 2004) influencia diretamente a conceituação de formação ideológica dentro da Análise do Discurso (AD). A “ideologia em geral” de Althusser é constituída por ele através de três hipóteses: a) “a ideologia representa a relação imaginária de indivíduos com suas reais condições de existência”; b) “a ideologia tem uma existência porque existe sempre num aparelho e na sua prática ou suas práticas”; c) “a ideologia interpela indivíduos como sujeitos”. É justamente neste último conceito em que a AD baseia sua teoria de constituição do sujeito discursivo a partir de indivíduos interpelados por uma ideologia. O indivíduo conhece e se reconhece nela no momento em que ele se insere, a si mesmo e suas “ações, em práticas reguladas pelos aparelhos ideológicos” (BRANDÃO, 2004, p. 26) através dos quais mantem sua dominação, perpetuam ou reproduzem as condições materiais, ideológicas e políticas de exploração (ALTHUSSER, 1974 apud GRANEIRO, 2006). É aí então que entra o papel do Estado que, através de seus Aparelhos Repressores (ARE) – (compreendendo o governo, a administração, o exército, a polícia, os tribunais, as prisões) e Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE) – (compreendendo instituições tais como: a religião, a escola, a família, o direito, a política, o sindicato, a cultura, a informação), intervém ou pela repressão ou pela ideologia, tentando forçar a classe dominada a submeter-se às relações e condições de exploração (BRANDÃO, 2004, p. 23).

<sup>1</sup> Artigo apresentado como requisito avaliativo da disciplina Análise do Discurso do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens sob a orientação do Prof. Dr. Gilberto Sobral.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens (PPGEL) da Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

A formação ideológica por sua vez tem como um de seus componentes uma ou várias formações discursivas interligadas. São elas que determinam “o que pode e deve ser dito, a partir de uma posição dada, em uma conjuntura dada” a partir de uma determinada conjuntura sociohistórica (ORLANDI, 2004, p. 43; BRANDÃO, 2004, p. 48).

Assim, as formações discursivas representam, na ordem do discurso as formações ideológicas que lhes correspondem. Se é a formação discursiva que determina o que se pode e o que se deve dizer – a partir de uma posição dada, em uma dada conjuntura – as palavras, expressões e proposições em uso recebem o seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas.

## **2 A NOÇÃO DE SUJEITO SEGUNDO PÊCHEUX**

A concepção de discurso como um campo de regularidades, em que diversas posições de subjetividade podem manifestar-se, redimensiona o papel do sujeito no processo de organização da linguagem, eliminando-o como fonte geradora de significações. Para Foucault (1971 apud BRANDÃO, 2004, p. 35) o sujeito do enunciado não é causa, origem ou ponto de partida do fenômeno de articulação escrita ou oral de um enunciado e nem a fonte ordenadora, móvel e constante, das operações de significação que os enunciados viriam manifestar na superfície do discurso.

Numa outra perspectiva, para se entender a noção de sujeito na Análise do Discurso (AD), é necessário se ater à noção de história, já que o sujeito por ser subjetivo, tem sua fala marcada no espaço e no tempo. Acrescente-se a isso: o sujeito também é ideológico. Sua fala é um recorte das representações de um tempo histórico e de um espaço social (BRANDÃO, 2004, p. 59) e, conseqüentemente, seu discurso se situa em relação aos discursos do outro – o seu destinatário para quem planeja a sua fala, mas que também envolve outros discursos “historicamente já construídos e que emergem na sua fala” (BRANDÃO, 2004, p. 59). Percebe-se que deste ponto de vista o sujeito passa a ser constituído do outro. Sujeito discursivo não é um sujeito que tenha existência individualizada no mundo mas de um sujeito no sentido de que ele integra uma instância coletiva, social, cuja voz integra toda uma conjuntura que é social, historicamente produzida e modificada.

## **3 COMPLEXO DE VIRA-LATA**

Nelson Rodrigues foi quem primeiro grafou o termo “complexo de vira-latas” (CVL) numa crônica na revista Manchete Esportiva em 1958 às vésperas da Copa do Mundo, quando a seleção brasileira partia desacreditada para a disputa na Suécia. O autor assim afirmava: “resumo de um colonizado e colonizador, sentimento de inferioridade em face do estrangeiro e do que vem de fora, seres e coisas, ideias e fatos” (AMARAL, *online*, 2015). O autor afirmara que, a partir dali, o brasileiro não precisaria mais exercer o seu CVL em relação aos outros povos<sup>3</sup> (COMPLEXO, *online*, 2015). Ele cunhou a expressão para se referir à falta de autoestima do brasileiro e a uma sensação de pequenez em relação ao estrangeiro.

O CVL foi inoculado nos brasileiros por uma parcela da classe dominante, acadêmica, como Monteiro Lobato, Nina Rodrigues e Gobineau para desvalorizar o que era feito aqui e manter o país submisso aos ideais culturais europeus, “de costas para o país e com os sonhos, as vistas e as aspirações voltadas para a Europa” (AMARAL, *online*, 2015). Eles desejavam que o país fosse diferente do que eles viam: como talvez uma Europa aqui. Enxergavam o brasileiro como sendo aquele indolente, desprovido de capacidade intelectual para conquistar um outro lugar no mundo. Esses acadêmicos tiveram uma educação europeia e não enxergavam no povo daqui algo que fosse o reflexo do povo que eles admiravam.

As classes sociais mais abastardas que vieram da Europa tomaram índios e negros como inferiores, manimolentes, banzos, desafeitos ao trabalho junto a outros europeus considerados de segunda classe. O CVL é bem antigo, está na formação do nosso povo.

Como se mantém um escravo trabalhando além do chicote? Você precisa convencer ele de que ele tem que trabalhar, de que ele não pode fazer nada melhor do que carregar um fardo nas costas; do que fazer um trabalho embrutecedor; do que fazer um trabalho braçal. Para isso você tem que mostrar que ele é inferior. E para tanto, é você mostrar que ele é racialmente inferior (COMPLEXO, *online*, 2015).

A teoria racialista de Gobineau sobre a inferioridade das raças foi apreendida por setores da elite brasileira, como Silvio Romero, que achavam que a miscigenação iria corromper o caráter do brasileiro. Qual era a solução? Importar raça branca da Europa para purificar o sangue brasileiro e fazer de nós um país branco porque havia a ideia de que o branco era superior. Para eles, deveríamos ser eternos exportadores de cana-de-açúcar, café e carne bovina e importadores de

---

<sup>3</sup>Complexo de Vira-Latas: sentimento de inferioridade começou no período de colonização. Disponível em: <http://www.etc.com.br/esportes/copa/2014/06/complexo-de-vira-latas-sentimento-de-inferioridade-comecou-no-periodo-de>. Acesso em: 13 ago 2015.

manufaturas. Deveríamos, assim, sempre comprar produtos estrangeiros melhores e mais baratos, ao invés de produzirmos aqui.

É a respeito desse escopo de relações de submissão de uma cultura europeia sobre nossa cultura latina que me debruço sobre a campanha publicitária da OpenEnglish.

#### **4 OS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS DA OPENENGLISH**

O que chama atenção nos anúncios produzidos pela produtora paulista Famigerada Filmes para a OpenEnglish é o fato de deixarem bem claro que os professores são todos norte-americanos (ou seja, nativos) e isso só já seria indício de qualidade de ensino já que, com eles, “seria a melhor forma de adquirir uma boa pronúncia”<sup>4</sup>, com *feedback* imediato; eles teriam treinamento em técnicas de ensino com eficácia comprovada que aceleram o aprendizado e totalmente e seriam professores comprometidos em ajudar o aluno a falar um inglês fluente.

Não fosse bastante a empresa reforçar, em seu *website*, a ideia de que professores nativos<sup>5</sup> (PN) são melhores do que professores não-nativos (PNN), em 2012, ela veiculou, como parte de uma campanha publicitária, um anúncio televisivo em que pretendeu estabelecer a diferença entre se aprender inglês na modalidade presencial, em uma escola dentro do método classificado como “tradicional” e o utilizado por eles através de recursos tecnológicos à distância em que o cliente pode estudar onde lhe for mais conveniente. Transcrevo aqui na íntegra a narração do vídeo de trinta segundos:

Estes dois querem falar inglês: um vai a uma escola tradicional, o outro faz OpenEnglish. Um passa uma hora no trânsito até chegar na escola toda segunda à noite. O outro aprende online qualquer hora do dia. Um tem aulas com a Joana [“*Chicken*”] que estudou inglês em Buenos Aires. O outro fala ao vivo com Jenny, sua professora na Califórnia. [“E você? Qual a sua história?”]. OpenEnglish.com, inglês *online* agora no Brasil.

No vídeo, se utilizam de duas personagens, dois jovens. O estudante do curso de inglês presencial é caracterizado como *nerd*: baixinho, magro, cabelos encaracolados, vesgo, desajeitado; usa roupas em tons pastéis sombrios, demonstrando cansaço pelas longas horas que passa no trânsito ao se deslocar até o cursinho de inglês nas noites de segunda; sentado sozinho numa sala com vários livros sobre a mesa, entediado pelo método utilizado pelo professor. O outro aluno, que estuda na

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.openenglish.com.br/curso/>. Acesso em: 09 jun 2015.

<sup>5</sup> Quem nasceu em um dos 75 países que tem inglês como língua oficial.

OpenEnglish, é colocado num cenário moderno e confortável (que pode ser tanto sua casa ou escritório), é alto, forte, segura o *laptop* super fino no colo, usa *headphone* e roupas de cores mais vibrantes, de aspecto jovial, sorridente e empolgado com as atividades *online* que executa em seu *laptop*.

A atriz que interpreta a professora de inglês do método tradicional é descrita como uma falante de inglês não-nativa, aparentemente brasileira, caracterizada com roupas em tons pastéis cinzentos, risonha, com baixa estatura, acima do peso, ou seja, fora dos padrões estéticos de beleza. Durante a aula, ela se utiliza de uma dança com gestos repetitivos que aludem a uma galinha ao tentar explicar o significado de *chicken* que ela escrevera no quadro de giz.

Já a professora nativa, representante da OpenEnglish, aparece na tela do *laptop* do aluno e se apresenta dentro dos padrões estéticos de beleza europeia: loira, magra e sorridente. Fala português com sotaque americano e é, claro, da Califórnia, bem no estilo do faça o que eu digo, mas não faça o que eu faço.

Os efeitos de sentido que a peça publicitária alude refletem à formação ideológica colonialista, purista, que se aproveita do complexo de inferioridade do povo brasileiro que elege os bens culturais de povos europeus e americanos como sendo muito melhores do que os dele. O anúncio televisivo, materialidade que se inscreve nessa formação discursiva, se baseia numa formação ideológica de que a língua, como produto cultural, só pode ser adquirida se for pura, sem ruídos, sem traços de uma latinidade que, aos olhos do anunciante, incomoda. A ideia de que nós brasileiros, para sermos melhores, temos que ser iguais a eles. O sujeito desse discurso interpelado portanto, por essa ideologia, se assujeita a ela assumindo assim a modalidade de posição do bom sujeito (SOBRAL 2015), se identificando plenamente com ela.

A comparação entre os métodos de ensino, da forma que é estabelecida pela peça publicitária, evidencia uma clara intenção da empresa em cooptar novos clientes do mercado brasileiro, principalmente aquele tipo de consumidor que deseja aproximação com o ambiente de aprendizado que melhor atenda às suas expectativas e necessidades. E além disso, incita em seus expectadores a visão de que PNs são melhores do que PNNs e que aprender inglês com aqueles, mesmo que seja em ambiente virtual, ainda é melhor do que com os não-nativos em encontros presenciais.

A peça publicitária ainda afirma que a PNN, Joana, aprendera inglês em Buenos Aires, Argentina, sugerindo que nossos vizinhos ao sul são professores de inglês tão ou mais incompetentes do que nós, brasileiros. Dessa forma, o comercial deixa claro um aprofundamento da idéia de latinidade aderida à professora brasileira, estipulando uma conexão argentina ao seu perfil profissional, opondo-se, dessa forma, ao aspecto caucasiano, nativo de Jenny, a da Califórnia.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diversas as campanhas publicitárias em meio televisivo se utilizam da ideologia colonialista para impor necessidade de aquisição de seus produtos ao público consumidor. A OpenEnglish se ancora no complexo de inferioridade do povo brasileiro oferecendo um produto que propõe ser puramente americano, ridicularizando os competentes professores não-nativos, como forma agressiva de se instalar no mercado brasileiro. É necessário que o docente esteja ciente dessas formações ideológicas que permeiam nossa sociedade e assuma a modalidade do sujeito da desidentificação (SOBRAL, 2015), deslocando-se da forma-sujeito imposta pelo social, rompendo com as diversas formações discursivas em que estava inscrito e passe a identificar-se com a ideia de que a competência docente não reside no fato do indivíduo ser ou não ser nativo, mas no conhecimento e uso das diversas abordagens de ensino adaptadas às necessidades dos seus alunos.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Roberto. O complexo de vira-latas, ontem e hoje. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/politica/o-complexo-de-vira-latas-ontem-e-hoje>. Acesso em: 13 ago 2015.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. *Introdução a análise do discurso*. 2. ed. rev. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2004.

COMPLEXO de Vira-Latas: sentimento de inferioridade começou no período de colonização. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/esportes/copa/2014/06/complexo-de-vira-latas-sentimento-de-inferioridade-comecou-no-periodo-de>. Acesso em: 13 ago 2015.

GRANGEIRO, Claudia Rejane Pinheiro. Michel Pêcheux e Michel Foucault: diálogos transversos sobre formação discursiva. In: *Letras & Letras*, Uberlândia. **Universidade Federal de Uberlândia**. ILEEL, n° 22 (2) 133-141, jul./dez, 2006.

SOBRAL, Gilberto. Modalidade da posição sujeito. Salvador, Bahia. Anotações de sala de aula, 2015.

