

**Francineli Cezarina LARA**  
Universidade do Estado de Mato Grosso  
(UNEMAT)  
[lara.francineli@gmail.com](mailto:lara.francineli@gmail.com)

**Taisir Mahmudo KARIM**  
Universidade do Estado de Mato Grosso  
(UNEMAT)  
[taisirkarim@hotmail.com](mailto:taisirkarim@hotmail.com)

## O INGLÊS MEIA-BOCA

---

### RESUMO

Este trabalho apresenta o resultado de pesquisa, onde foi analisado o funcionamento enunciativo de uma propaganda que foi veiculada no Brasil nos anos de 2014/2015/2016 da empresa Cultura Inglesa e traz como tema principal, o ensino de uma segunda língua, o inglês. Foi realizado uma análise do funcionamento semântico-enunciativo, através da observação do funcionamento das cenas enunciativas construídas como propaganda na internet, um funcionamento de linguagem bastante peculiar, a partir daí norteamos uma descrição do agenciamento das figuras nas cenas para que pudéssemos caracterizar a representação imaginária que se constrói locutor/propaganda versus interlocutor/leitor. Tomamos como suporte teórico a Semântica do Acontecimento (2002), desenvolvida por Guimarães (2002, 2005), onde a análise do sentido da linguagem deve localizar-se no estudo da enunciação, o acontecimento do dizer. Portanto a análise foi feita na perspectiva enunciativa em que a Enunciação é tomada como o lugar que produz significação. **Palavras-chave:** Semântica do Acontecimento; Espaço de enunciação; Língua Inglesa; Reescrituração.

## ENGLISH POORLY SPOKEN

---

### ABSTRACT

This paper presents the results research, which analyzed the enunciative functioning of an advertisement that was published in Brazil in the years 2014/2015/2016 of the company Cultura Inglesa and brings as its main theme, the teaching of a second language, English. An analysis of the semantic-enunciative functioning was performed, through the observation of the functioning of the enunciative scenes constructed as propaganda on the Internet, a very peculiar language functioning, from there we guide a description of the agency of the figures in the scenes so that we could characterize the imaginary representation that is constructed announcer/advertisement versus interlocutor/reader. We take as theoretical support the Semantics of the Event (2002), developed by Guimarães (2002, 2005), where the analysis of the meaning of language should be located in the study of enunciation, the event of saying. Therefore, the analysis was made in the enunciative perspective in which enunciation is taken as the place that produces meaning.

**Keywords:** Semantic of the Event, Place of Enunciation, English language and rewriting

## 1. INTRODUÇÃO

Este artigo é resultado de uma pesquisa que analisou o funcionamento semântico de propagandas que ofertam o ensino de uma segunda língua, o inglês e teve como objetivo refletir a relação entre línguas, em um mesmo espaço de enunciação, relação essa que pode apresentar como consequência uma nova prática linguística, caracterizada por tal relação.

Se considerarmos o estudo da significação, bem como sua constituição, entendemos que sua relação designativa é estabelecida pelo acontecimento do dizer, conforme Guimarães (2002, p.9), a designação é compreendida como a “significação de um nome [...], uma relação linguística (simbólica) remetida ao real, exposta ao real, ou seja, enquanto uma relação tomada na história”. Assim, podemos dizer que a forma como as palavras, os enunciados e os textos significam de maneira que concebem sentidos, está sempre relacionada ao funcionamento da linguagem, à enunciação, levando em conta a língua, o sujeito e a história.

Para desenvolver este trabalho tomamos como pressuposto teórico a Semântica do Acontecimento, Guimarães (2002), que não considera a enunciação uma abordagem pragmática de manipulação e utilização do léxico. Para a Semântica do Acontecimento a enunciação é considerada, no seu funcionamento, levando em conta a língua, o sujeito e a história. Para Guimarães,

O espaço de enunciação é assim decisivo para se tomar a enunciação como uma prática política e não individual ou subjetiva, nem como uma distribuição estratificada de características. Falar é

assumir a palavra nesse espaço dividido de línguas e falantes. (GUIMARÃES, 2007, p. 206).

### 1. História da Língua Inglesa no Brasil

Por volta de 1530, o aventureiro inglês William Hawkins desembarcou na costa brasileira e foi recebido pelo povo que ali estava: os lusitanos e os nativos (indígenas), assim ele abriu caminhos para outros navegantes, os bretões<sup>1</sup>. Iniciando um dos primeiros contatos entre o nosso país e a Inglaterra, que se estreitou em 1654, quando foi acordado com a colônia portuguesa um tratado, reservando à marinha britânica o monopólio sobre o comércio de mercadorias inglesas, rompendo assim o domínio colonial português no Brasil.

Em 1808 a Corte Real Portuguesa é transferida para o Brasil sobre a proteção dos britânicos, mudando todo o rumo da nossa história, o que provocou repercussões duradouras. Depois da vinda da corte portuguesa para o Brasil, os ingleses tiveram permissão para aqui estabelecer casas comerciais. A Inglaterra passou então a exercer uma forte influência na vida deste país. A primeira metade do século XIX foi considerado “o século inglês por excelência”, e se instaura aos poucos um império, causando mudanças bastante significativas, entre elas o desenvolvimento da imprensa local e o grande interesse de aprender a língua inglesa

---

<sup>1</sup> “Os bretões diferente dos que muitos devem pensar não foram um povo originário da Bretanha que hoje conhecemos como Grã-Bretanha, mas os bretões eram uma tribo celta, originária da Bretanha, localizada na Gália Transalpina ou Céltica, que por volta do século VIII a.C iniciaram migrações para a ilha que ficaria conhecida também como Bretanha”. (TOK de história, acessado em 07/05/2017)

cresciam cada vez mais, e, talvez já nessa época existissem os primeiros professores de inglês. Segundo Pantaleão (2004):

Da velha metrópole transferia-se para o Brasil a presença inglesa. As necessidades do governo português, primeiro, e depois os problemas iniciais do Brasil independente, favoreceram a posição dos ingleses, que souberam aproveitar as circunstâncias para defender seus interesses, sobretudo comerciais. (PANTALEÃO, 2004, p.64)

D. João, na época, o príncipe regente, determinou que os portos brasileiros se abrissem para o comércio estrangeiro, principalmente para Inglaterra, enrijecendo essa aliança já estabelecida desde o Tratado de Methuen<sup>2</sup>. Em 1703, que segundo as palavras de D. João (CLIB 1891) “sempre as mais incontrastáveis provas de amizade e affecto correspondente à antiga aliança subsistente entre ambas as Corôas”. Freyre (2000, p. 84) afirma que “Portugal reduziu-se a uma quase colônia britânica”. E segundo o autor:

A presença da cultura britânica no desenvolvimento do Brasil, no espaço, na paisagem, no conjunto da civilização do Brasil, é das que não podem – ou não devem? – ser ignoradas pelo brasileiro interessado na compreensão e na interpretação do Brasil. (FREYRE, 2000, p. 46)

Segundo o teórico, a influência britânica se enraizou em muitas esferas, tanto material como imaterial, no mercado, nos investimentos em títulos de empréstimo do governo, em companhias mineiras, em estradas de ferro, nos costumes de moradia, na moda, nos móveis e objetos de casas; e foram surgindo carruagens, machados e serras inglesas, sem contar com a influência intelectual.

Em 22 de junho de 1809, se inicia o ensino formal da língua inglesa no Brasil, acordo assinado pelo Príncipe Regente de Portugal D. João VI, que mandou criar uma escola de língua francesa e outra de língua inglesa. Naquela época, as línguas estrangeiras ensinadas na escola eram o grego e o latim. No decreto firmado pelo príncipe diz o seguinte:

E, sendo, outrossim, tão geral e notoriamente conhecida a necessidade de utilizar da língua inglesa, como aquelas que entre as vivas têm mais distinto lugar, e é de muita utilidade ao estado, para aumento e prosperidade da instrução pública, que se crie na Corte uma cadeira de língua inglesa. (CHAVES, 2004, p.5).

Neste mesmo ano de 1809, D. João VI nomeia o irlandês padre Jean Joyce como professor de inglês. Essa carta real foi assinada por ele e diz “era necessário criar nesta capital uma cadeira de língua inglesa, porque, pela sua difusão e riqueza, e o número de assuntos escritos nesta língua, a mesma convinha ao incremento e a prosperidade da instrução pública” (CHAVES, 2004, p.6).

Segundo Oliveira (2006, p. 37), na maioria das vezes os textos eram escritos em inglês ou francês e que a principal necessidade de aprender a língua inglesa era para possibilitar o acesso ao conhecimento científico da época.

Em 1837, funda o Colégio D. Pedro II que solidificou na Instrução Pública Secundária, a inclusão no currículo, o ensino da língua inglesa, juntamente com o francês. Naquela época a importância atribuída à língua francesa era maior do que à dada ao inglês, já que o francês era considerado ‘língua universal’ obrigatório para entrar nos cursos superiores.

---

<sup>2</sup> “Tratado de Methuen ou tratado de Panos e Vinhos, foi um acordo entre Portugal e Inglaterra vigente entre 1703 e 1836 e que envolvia a troca entre os produtos

---

têxteis ingleses e o vinho português”. (Info Escola Navegando e Aprendendo. Acessado em 07/05/2017)

Em 1889, logo após a Proclamação da República o ministro Benjamim Constant, fez Reformas no âmbito educacional que tinham por objetivo modificar todo sistema da educação do país. E naquela época o Colégio Pedro II passa a ser chamado de Ginásio Nacional. Ele excluiu a língua inglesa, francesa e a italiana do currículo, e só em 1892, por intermédio do ministro Amaro Cavalcante é que essas línguas voltaram a ser optativas e não obrigatórias e o então Ginásio Nacional volta a chamar Colégio Pedro II e ganha um caráter profissionalizante, em 1911.

Na década de 1930 a língua inglesa no Brasil passou a ser vista como uma necessidade estratégica para contrabalançar o prestígio internacional da Alemanha. Ainda em 1930, iniciam-se os cursos livres de inglês no Brasil.

Em 1934, com o apoio da Embaixada Britânica no Brasil nascia oficialmente no Rio de Janeiro, a Sociedade Brasileira de Cultura Inglesa, precursora da Cultura Inglesa de São Paulo, em função de um acordo de cooperação entre a Escola Paulista de Letras Inglesas e o Consulado Britânico.

Em 1961, a Lei de Diretrizes e Bases (LDB) modifica o currículo para “ginásio” e “científico” para 1º e 2º graus. Assim estabelecendo que o ensino de uma língua estrangeira (LE) moderna é o único do núcleo comum a ter obrigatoriedade. Na LDB de 1971, a Lei 5692 reduz o ensino de 12 para 11 anos, sendo oito anos de 1º grau e três de 2º grau. A redução da escolaridade e o novo foco profissionalizante provocaram uma redução drástica na carga horária de LE.

A LDB de 1996 substitui o 1º e 2º graus por ensino fundamental e médio e deixa bem clara a necessidade de uma língua estrangeira no

ensino fundamental, cuja escolha ficaria a cargo da comunidade escolar.

Os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) em 1999 para complementar a nova LDB evidencia que as línguas estrangeiras modernas voltam a ser obrigatórias no currículo escolar e, por sua vez,

Recuperam, de alguma forma, a importância que durante muito tempo lhes foi negada, já que elas assumem a condição de serem parte indissolúvel do conjunto de conhecimentos essenciais que permitem ao estudante aproximar-se de várias culturas e, conseqüentemente, propiciam sua integração num mundo globalizado. (BRASIL, 1999, p. 50).

No ensino da língua estrangeira, nesta época, existiram vários fatores negativos, tais como a falta de professores qualificados que realmente dominem a língua, os materiais didáticos infelizmente não eram apropriados e, apesar das leis e reformas, o ensino de inglês nas redes de escolas de ensino fundamental/médio era defasado.

No início do século XIX, o ensino da língua inglesa passa adotar os livros didáticos e os clássicos da literatura da língua inglesa para o ensino. Essa escolha se devia, provavelmente, ao método pedagógico (método direto) empregado naquele período. As escolas naquela época pretendiam construir carreiras profissionais e consideravam importante consolidar concepções homogeneizantes acerca de língua, de ensino e de sujeito nas diversas culturas, pensado na interação com a globalização.

No mundo contemporâneo, a Língua Inglesa é considerada uma Língua de uso Universal e, que neste mundo globalizado, determina políticas, comportamentos e põe em evidencia a ciência. O Inglês é a segunda língua mais aprendida no ocidente. Ela não é a língua

mais falada no mundo, o Mandarim é a língua mais falada, porém o Inglês, conforme dados da UNESCO<sup>3</sup>, é a língua que universaliza as pessoas, e com o uso dela as pessoas, das mais variadas nações se comunicam e interagem em qualquer parte do mundo.

Em 20 de dezembro de 1996, se cria a Lei 9394/96 Art.26, § 5 da Lei de Diretrizes e Bases- LDBE passa a ser incluído como obrigatoriedade o ensino de Língua Estrangeira:

Art. 26 – § 5º trata das Línguas Estrangeiras: Na parte diversificada do currículo será incluído, obrigatoriamente, a partir da quinta série, o ensino de pelo menos uma língua estrangeira moderna, cuja escolha ficará a cargo da comunidade escolar, dentro das estrangeiras modernas, cuja escolha ficará a cargo da comunidade escolar, dentro das possibilidades da instituição. (BRASIL, 1996, p. 20)

Mas, em 2016 o estado brasileiro toma uma medida provisória que determina na MP746/2016 “No currículo do ensino fundamental, será ofertada a língua inglesa a partir do sexto ano”. (BRASIL, 2015, p. 20)

Já no ano de 2017 houve uma reforma na educação básica para implantação do período integral nas escolas, então ficou assim a Redação dada pela Lei nº13.415, de 2017 “No currículo do ensino fundamental, a partir do sexto ano, será ofertada a língua inglesa”. Já no ensino médio não houve alteração no artigo 35-A § 4º da LDB e incluído da Lei nº 13.415, de 2017, fica determinado pelo estado a inclusão da língua inglesa no ensino médio.

Artigo 35 -A § 4º Os currículos do ensino médio incluirão, obrigatoriamente, o estudo da língua inglesa e poderão ofertar outras línguas estrangeiras, em caráter optativo,

preferencialmente o espanhol, espanhol, de acordo com a disponibilidade de oferta, locais e horários definidos pelos sistemas de ensino. (BRASIL, 1996)

A língua inglesa está na nossa cultura e por toda parte, fachadas de lojas, livros das mais variadas línguas do mundo são traduzidos e publicados em Inglês, músicas e grande parte dos conteúdos produzidos na internet estão em Inglês, e em todo o mundo quando falantes de línguas diferentes se unem, eles comumente fazem uso do Inglês para se comunicar. E, ainda, é o idioma dominante dos negócios internacionais de acordo com a pesquisa Business English Index/Global English (2013).

Interessante ressaltar que percebemos no decorrer da implantação do ensino de língua inglesa no Brasil um processo de disputas de línguas entre a língua inglesa e a língua francesa, até que em 1809 D. João VI diz que é necessário criar uma cadeira de língua inglesa, por causa da sua difusão e riqueza, e hoje em dia na contemporaneidade isso não mudou muito pelo contrário continua maior essa difusão e essa riqueza.

Recentemente uma pesquisa feita pela Universidade de Edimburgo, na Escócia, publicada na revista *Annals of Neurology* revela que aprender uma segunda língua pode causar um efeito positivo sobre o cérebro, amenizando seu envelhecimento. A pesquisa sugeriu que ser bilíngue poderia retardar o aparecimento da demência por vários anos.

O cientista Thomas Bak, do Centro de Envelhecimento da Universidade de Edimburgo que comandou os trabalhos. Bak<sup>4</sup>, (2014) avalia: “Milhões de pessoas em todo o mundo aprendem

<sup>3</sup> Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

<sup>4</sup> <https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/aprender-segunda-lingua-retarda-envelhecimento-do-cerebro-12693136>.

uma segunda língua mais tarde. Nosso estudo mostra que o bilinguismo sempre irá retardar o envelhecimento do cérebro”.

### 1.1 A Língua Inglesa e as propagandas

Hoje em dia, no Brasil, existe um grande número de cursos de idiomas que ofertam o ensino da Língua Inglesa, e podemos perceber isso nas diversas propagandas publicitárias que são veiculadas através dos diferentes meios de comunicação que nos cercam, como jornais, revistas, televisão, rádio e, mais recentemente, com o avanço da tecnologia de informação, a internet tem se transformado em um poderoso instrumento para a publicitação dessas propagandas.

Desde a antiguidade, a propaganda vem sendo utilizada como despertar de sentidos, é possível verificar essa existência já na Grécia antiga, através dos arautos que comunicavam a existência de produtos em voz alta em feiras ou outras aglomerações de gentes, a mesma tarefa era incumbida aos pregoeiros romanos.

Durante os séculos V e XV (idade média), os pregoeiros, funcionavam como locutores dignitários de um dizer através da oralidade, tanto dos senhores feudais, bem como da Igreja Católica. Entretanto, é no decorrer do renascimento que o significante de propaganda se altera: se nomeia o ato de difundir a propagação da fé católica, como Propaganda, algo que até então, era associado apenas a bens de consumo.

Voltemos à Grécia antiga, Aristóteles, defendia o convencimento de um público através de três elementos discursivos: o logos, o pathos e o ethos.

1) Logos diz respeito à lógica incorporada no discurso do orador.

2) Pathos envolve o apelo emocional promovido pelo enunciante.

3) Ethos diz respeito à forma como é transmitida determinada mensagem.

Classificamos, então, Ethos, como modelador das atividades humanas, presente nos anúncios publicitários, e agente com capacidade modificadora que determina o efeito num enunciado sobre um leitor.

Essas empresas (escolas) ofertam os cursos de idiomas e, cada vez mais, investem em propagandas, com o propósito de divulgar sua oferta e afetar pontualmente seu público alvo, passando assim a considerar a importância dada à aquisição de uma segunda língua, nos referimos, especificamente, à Língua Inglesa.

O que nos desperta interesse neste trabalho é o estudo dos sentidos dos dizeres na propaganda que constitui o nosso *corpus*. Enquanto semanticistas, nossa relação com os sentidos desses dizeres de um texto é que direciona nosso olhar teórico. Assim, observaremos a forma como as palavras, os enunciados, as imagens e os textos significam e produzem sentidos nas propagandas que enunciam dizeres sobre o saber da língua inglesa no Brasil, levando em conta no funcionamento da enunciação: a língua, o sujeito e a história.

## 2. A Semântica do Acontecimento

A Semântica do Acontecimento se propõe a tratar a significação, a partir do acontecimento do dizer, que considera a inclusão da exterioridade da língua (o sujeito, a história) como parte constitutiva dos estudos da significação. Nessa posição a língua passa a ser entendida através do:

[...] acontecimento de linguagem por se dar nos espaços de enunciação é um acontecimento político. Ou seja, a constituição da temporalidade do acontecimento se faz pelo funcionamento da língua enquanto numa relação com línguas e falantes regulada por uma deontologia global do dizer em uma certa língua. (GUIMARÃES, 2017, p.24)

Como dissemos anteriormente, nosso objetivo geral neste estudo se dará a partir da análise do funcionamento das cenas enunciativas construídas enquanto propagandas, um funcionamento de linguagem bastante peculiar do modo de enunciar na mídia em geral. Essa observação nos levará à descrição do agenciamento das figuras enunciativas nas cenas enunciativas para que possamos analisar o movimento semântico das propagandas, na representação imaginária que se constrói entre o locutor responsável pela propaganda e o interlocutor, seu leitor.

Tomaremos o político como um dos lugares que nos ajudarão a entender melhor as relações entre as línguas e os falantes. Para Guimarães (2002) o político é:

[...] caracterizado pela contradição de uma normatividade que estabelece (desigualmente) uma divisão do real e a afirmação de pertencimento dos que não estão incluídos. Deste modo o político é um conflito entre uma divisão normativa e desigual do real e uma redivisão pela qual os desiguais afirmam seu pertencimento. Mais importante ainda para mim é que deste ponto de vista o político é incontornável porque o homem fala. O homem está sempre a assumir a palavra, por mais que esta lhe seja negada. (GUIMARÃES, 2002, p. 16)

A política funciona no acontecimento enunciativo, provocando uma divisão desigual do real que está vinculada à divisão desigual do social, divisão de instituições privadas e estatais, divisões de línguas, geográficas e de poder.

Portanto, assim afirma teórico: “O acontecimento de linguagem por se dar nos espa-

ços de enunciação é um acontecimento político” (GUIMARÃES 2002, p. 17).

A articulação se relaciona com a relação entre os elementos linguísticos, significando sua contiguidade conforme Guimarães (2009), e também marca a relação entre o Locutor e seus dizeres. Então, “uma articulação é uma relação de contiguidade significada pela enunciação” (GUIMARÃES, 2009, p. 51).

Segundo o teórico, podemos considerar três modos de articulação: a) Por dependência: existe uma certa relação e se apresenta como um único conjunto entre os elementos contíguos; b) Coordenação: existe um acúmulo de elementos contíguos; c) Incidência: não existe uma relação de dependência inserida entre os elementos. Não podemos deixar de dizer:

Nas articulações de dependência e coordenação, o acontecimento especifica uma operação pela qual o Locutor relaciona elementos do enunciado, na articulação por incidência o acontecimento especifica uma operação pela qual o Locutor relaciona a enunciação com o enunciado. (GUIMARÃES, 2009, p. 51)

Sempre que existe o funcionamento da operação de predicação, existirão novas determinações, sendo cada predicação novas determinações para a palavra reescriturada e vai mobilizar-lhe novos sentidos. A predicação aqui é tomada como “uma operação pela qual, no fio do dizer, uma expressão se reporta a outra, pelos mais variados procedimentos” (GUIMARÃES, 2007, p.84).

A reescrituração, conforme Guimarães (2007, p.84) é o procedimento pela qual a enunciação diz de outra maneira, em um mesmo texto, aquilo que já foi dito anteriormente. Assim, o funcionamento da reescrituração passa a construir novos sentidos aquilo que foi reescriturado.

A reescrituração é o procedimento pelo qual a enunciação de um texto rediz insistentemente o que já foi dito fazendo interpretar uma forma como diferente de si. Este procedimento atribui (predica) algo ao reescriturado. [...] e coloca em funcionamento uma operação enunciativa fundamental na constituição do sentido de um texto. Vou chamá-la de operação de predicação. Não se trata aqui de uma relação de predicação entendida como própria do enunciado, da sentença, da frase. Trata-se de uma operação pela qual, no fio do dizer, uma expressão se reporta a outra, pelos mais variados procedimentos. (GUIMARÃES, 2007, p. 84).

A reescrituração não significa reescrever o mesmo, mas apontar a diferenciação de sentido entre uma determinada forma. Temos que pensar da natureza de “algo novo” que se apresenta a partir da reescrituração.

Os modos de reescrituração podem se dar por: *repetição* (completa ou por redução); por *substituição*, quando uma palavra substitui a outra sinonimicamente. Por *elipse*, onde a palavra é excluída por já ter sido mencionada. Por *expansão*, a palavra é reescriturada por um enunciado completo ou por uma expressão ou ideia que expande os sentidos dela. Por *condensação*, ocorre o contrário da expansão e por *definição*, existe um predicado articulado à palavra analisada que a define.

Descrevemos assim o funcionamento da reescrituração como procedimento que organiza a textualidade e seus modos de funcionamento no acontecimento.

A constituição do *corpus* deste artigo foi definida por uma propaganda de curso de idioma que oferta o ensino de Língua Inglesa, vale esclarecer que essa propaganda é da escola, a saber: CULTURA INGLESA, a mesma foi retirada da internet, e especificamente foca a oferta do ensino da língua Inglesa, e, veiculou também

como propaganda impressa no Brasil nos anos de 2014/2015/2016.

Para desenvolver nossa análise, como já mencionado acima, tomaremos os estudos semânticos desenvolvidos por Guimarães (2002), em Semântica do Acontecimento, uma semântica que trata da questão do sentido no acontecimento do dizer, na enunciação. Considerando a determinação das palavras e sua relação com a língua em sua relação com o enunciado e este enquanto integrado a um texto.

Para observar o funcionamento semântico-enunciativo da propaganda que forma nosso *corpus*, faremos a descrição da cena enunciativa, tomaremos os procedimentos de reescrituração e articulação para guiar nossas análises. Passaremos agora para as análises dos enunciados.

### 3. O Inglês Meia-Boca

#### Figura 1 - Campanha comercial da empresa Cultura Inglesa.



Fonte: site Rafiado não fale inglês meia boca

A figura (1), extraída do site Rafiado, apresenta uma campanha da empresa Cultura Inglesa, onde aparece um “falso” Michael Jackson no enunciado, e vem realçando tanto a imagem como o nome da personagem (Maicon Jaqueson), pode-se ler no enunciado uma frase de efeito “O falso sempre deixa a desejar”. Seguido do slogan: “Não fale Inglês meia boca. Aprenda na cultura Inglesa”, incentivando assim a aprendizagem e o uso do Inglês correto. Por fim o logotipo da empresa que, como no caso acima, faz-se notar o uso do vermelho, azul e branco.



Para melhor entender a cena enunciativa, na sua relação com a enunciação, tomaremos cada enunciado como parte da figura (1):

- a) **Relação das imagens com o texto.**
- b) **O falso sempre deixa a desejar.**
- c) **Não aprenda Inglês meia-boca.**  
**Aprenda na Cultura Inglesa.**

Na figura (1), a campanha utiliza a cultura pop para atingir o seu objetivo, adquirir alunos para o curso de inglês. Sem visualizar nenhum tipo de monumento ou local de interesse turístico, vinculado a um local ou país, utiliza um dos símbolos internacionais da cultura americana, e não é a estátua da Liberdade, mas sim Michael Jackson, cantor e bailarino que até hoje influencia centenas de milhares de pessoas pelo mundo todo.

O enunciado vem realçando tanto a imagem como o nome da personagem (Maicon Jaqueson) com um ponto de escárnio, pode-se ler: “O falso sempre deixa a desejar.” Seguido do slogan: “Não fale Inglês meia boca. Aprenda na cultura Inglesa.” Incentivando, assim, a aprendizagem e o uso do Inglês certo. Observamos assim, uma questão de alteridade neste enunciado.

Diremos então, que a propaganda em si mostra a questão da alteridade, dando somente um sentido para este enunciado, através da ideia de que o aluno só aprenderá o inglês “certo” na escola de idiomas Cultura Inglesa, como se as outras escolas não ensinassem o inglês “certo” ou como se existisse esse inglês “certo”. Aqui, percebemos uma relação de disputa de línguas e falantes, para determinar uma língua como “certa” única, e por si só, esta enunciação mostra que a língua só entra em funcionamento pelo político, segundo Guimarães (2002).

A cena enunciativa na figura (1) está caracterizada por ter um l-publicitário que enuncia de um lugar constituído pelo locutor-empresa. Na perspectiva enunciativa de enunciador-universal que enuncia para um al-sociedade e neste caso é “quando a enunciação representa o Locutor como fora da história e submetido ao regime do verdadeiro e do falso” (GUIMARÃES, 2017, p. 35). Uma questão interessante é a questão política nesse recorte, pois o nome do astro **Michael Jackson** é grafado errado, e a cor da pele também, será? Coisa interessante de se pensar, o astro **Michael Jackson** é um mito?

Observamos que no funcionamento de linguagem, só reconhecemos “**Michael Jackson**” como falso porque o l-publicitário enuncia de um lugar que recorta o memorável do cantor mais famoso da música americana pop dos anos 80/90, considerado o Rei da música pop, rock e soul, que se tornou um ícone da música americana. O funcionamento de linguagem presente neste acontecimento é que marca esse lugar na enunciação pela disputa do certo/errado e verdadeiro/falso e instaura nesse acontecimento uma contradição mostrando o político presente neste funcionamento de linguagem.

Pois o mesmo é aquele que predica o lugar de Locutor (L) que se apresenta como a origem daquilo que se diz no espaço da empresa Cultura Inglesa. Nesta cena enunciativa o locutor-publicitário, impulsiona os alunos a aprenderem uma segunda língua: o inglês, mas um inglês “certo” como se a empresa “Cultura Inglesa” fosse a única a oferecer esse inglês “verdadeiro” e as demais empresas oferecem o inglês “errado” e “falso”. Passemos agora para análise dos recortes.

#### a) **Interação das imagens**



No enunciado “**O falso sempre deixa a desejar**” vem relacionado com a imagem (cantor falso) e o nome falso (grafia errada) do astro da música pop americana **Michael Jackson**, e com o enunciado “**Não aprenda Inglês meia-boca. Aprenda na Cultura Inglesa**”. Podemos observar no enunciado o termo “falso”, a imagem do astro pop “falsa” e o termo “meia-boca”, que nos levam a entender que tem o mesmo sentido de “falso”, esse dizer “falso” vem funcionando na cena enunciativa, como redundância. Pois, segundo Guimarães (2010, p.26) “a redundância está funcionando como um modo de não deixar esquecer. E nesta medida ela significa a repetição como argumento. Em outras palavras, a apresentação dos objetos não é uma referência a eles, ela é uma argumentação”.

Assim, percebemos uma articulação por redundância do termo “falso” na interação do texto com a imagem, o locutor em não querer deixar o alucutário-x (aluno) esquecer, de que só se aprende o inglês “certo” e “verdadeiro” na escola “Cultura Inglesa”. Pois “falso” e “errado” é uma reescrituração por substituição, a palavra “falso” substitui “errado” por relação de sinonímia que se produziu entre o texto e a imagem nesse enunciado.

Podemos dizer que temos uma reescrituração por substituição do termo “Falso” nos textos referentes a este recorte. Pois em “*O falso sempre deixa a desejar*”, o “*falso* nome Maicon Jaqueson e a imagem *falsa* do astro pop” e “Não aprenda Inglês meia-boca. Aprenda na Cultura Inglesa”, se articula em o *falso* são as outras empresas que ofertam o ensino da língua inglesa “errada” e só a empresa Cultura Inglesa ensina o inglês certo. Da mesma forma podemos considerar este procedimento de reescritura pela paráfrase:

- ✓ Aprenda inglês certo com a Cultura inglesa

**b) O falso sempre deixa a desejar. / c) Não aprenda Inglês meia-boca. Aprenda na Cultura Inglesa.**

No enunciado (b) temos um GN que constitui o sujeito do enunciado “O falso”, e em (c) o sujeito é “Inglês”, porém poderíamos dizer que é determinante um só GN “o falso Inglês”. E os dois enunciados se articulam por uma relação de paralelismo. Poderíamos construir as seguintes paráfrases:

- ✓ Não aprenda Inglês falso, aprenda o verdadeiro na Cultura Inglesa.
- ✓ Não aprenda o inglês errado, aprenda o certo na cultura inglesa.

No enunciado (c) percebemos uma articulação por redundância do termo “aprenda”, essa redundância está posta aí como argumento para o al-x-aluno não se esquecer, que o Inglês certo/verdadeiro só se aprende na Cultura Inglesa deixando claro a questão novamente da Alteridade. Mas também podemos dizer que existe um contra-argumento funcionando nesse enunciado com o uso do termo “não”, ao dizer

não aprenda, insistentemente está querendo dizer aprenda o inglês certo na Cultura Inglesa.

Outra direção argumentativa presente neste enunciado é o uso da metáfora “meia-boca” produzindo sentido no presente funcionamento de linguagem que o Inglês ensinado na Cultura Inglesa é o certo e não o errado/meia-boca. E podemos dizer que o termo “aprenda” é reescriturado por repetição. E “falso” é reescriturado por sinonímia do termo “meia-boca”, pois segundo Guimarães (2009, p.55),

Neste caso a reescrituração apresenta uma palavra ou expressão como tendo o mesmo sentido que a outra à qual se liga. O interesse aqui é observar como a reescrituração por sinonímia acaba por predicar algo de um termo sobre o outro, pelo próprio movimento polissêmico da reescritura.

Podemos também observar que o “não” incide sobre os dois enunciados. Nota-se que o não expressa uma possibilidade, e da negação, o locutor parte do princípio que existe mais de uma escola de idiomas que ofertam a língua inglesa. O alocutário (aluno) é apresentado aqui, como alguém que faz uma opção ao adquirir o curso de inglês, e este deve ser o inglês certo/verdadeiro e não o errado/falso. Assim, podemos pensar nas seguintes paráfrases:

- ✓ Aprender inglês meia-boca é aprender inglês falso
- ✓ Aprender inglês falso é aprender inglês errado.
- ✓ Aprender inglês certo é aprender inglês verdadeiro
- ✓ Aprenda inglês certo e verdadeiro na Cultura Inglesa

Percebemos que os termos “aprender” e “inglês” são repetidos várias vezes se tornando um argumento, para não deixar o aluno esquecer-se da Cultura Inglesa. Percebemos que a redundância é uma articulação presente nestas paráfrases para convencer o al-sociedade de que

só se “Aprende o inglês certo e verdadeiro na Cultura Inglesa” esse modo de articular está funcionando aqui tanto pela possibilidade/afirmação como pela negação. Aqui temos funcionando uma reescrituração por repetição.

A campanha, que tem como objetivo dar a conhecer ao al-sociedade a qualidade do ensino da língua inglesa, o faz por meio da apresentação da falta de qualidade (não-qualidade) de outros ensinos de língua inglesa. Portanto, notamos a alteridade nesta enunciação, através desse jogo proposto pelo locutor-publicitário, o qual cria o confronto entre dois aspectos que podemos parafrasear:

- ✓ Ensino de inglês certo e verdadeiro é na Cultura Inglesa
- ✓ Ensino de inglês errado e falso é em outras escolas de idiomas.

Ainda na figura (1) vem funcionando as relações das línguas quando o locutor enuncia a grafia (errada) e a imagem do astro pop americano (falso). Podemos dizer que a língua inglesa deve ser ensinada e aprendida dentro da norma padrão da língua que está regulamentada e imposta pelo estado, para uma sociedade. É chamada de norma culta, língua nacional/oficial. Assim poderíamos dizer que a língua se apresenta significando da seguinte maneira: Para o Locutor empresa:

- ✓ A língua inglesa apresenta uma norma
- ✓ A língua inglesa deve ser aprendida de forma correta dentro das normas
- ✓ A língua inglesa deve ser dominada de forma correta

Porém se não for ensinada a língua inglesa padrão, a que está constituída e legitimada pelos dicionários e gramáticas, a outra, a que não é padrão, fica excluída do ensino

de língua inglesa. Assim observamos que o funcionamento de linguagem por si só já é político e está presente neste acontecimento, pois o que vem significando neste espaço é a língua padrão, a língua oficial. Podemos então dizer que existe aqui uma contradição, pois a língua padrão não é única e absoluta, nem está presente no cotidiano do povo.

Portanto, cabe ressaltar que, para semântica do acontecimento, a linguagem só entra em funcionamento através do político. “Quem assume a palavra é o falante, constituído no espaço de enunciação” Guimarães, (2007b)

O espaço de enunciação é assim decisivo para se tomar a enunciação como uma prática política e não individual ou subjetiva, nem como uma distribuição estratificada de características. Falar é assumir a palavra nesse espaço dividido de línguas e falantes. (GUIMARÃES, 2007b, p. 206).

Como retoma o teórico, falar é tomar um lugar social e estar afetado pelo mesmo, sendo que:

o funcionamento de uma língua é diretamente afetado por suas divisões, tanto geográficas (horizontais), quanto sociais (verticais). Esta posição, ao se colocar como oposta a posições como a variacionista, [...] marca diretamente o caráter político da enunciação. (GUIMARÃES, 2007b, p.205)

Na medida em que a comparação se apresenta como uma estrutura, do ponto de vista argumentativo, contém dois movimentos contrários e simultâneos: um no sentido favorável e outro no sentido do desfavorável. Pode-se dizer que “existe entre os dois termos comparados, uma espécie de oposição que, semanticamente, poderia ser identificada como uma negação da propriedade, que um dos termos absorve em desfavor do outro”. (VOGT, 1977, p.89)

No enunciado “O falso sempre deixa a desejar” em relação com a imagem do falso astro

junto ao nome do cantor “Michael Jackson” (falso também), percebemos um enunciado político que predomina, podendo até mesmo ser caracterizado como o discurso da educação entre a política e a mídia. Esse enunciado tem por base argumentos de comparação, sendo o argumento mais forte, o “certo” (“Michael Jackson”) e o “errado” (“Maicon Jaqueson”), mais fraco.

Os termos certo/errado têm a mesma função, a do ensino da língua inglesa, porém existe uma grande diferença entre ambos, que podemos traduzi-las pelas dificuldades enfrentadas no ensino dessa segunda língua, a distância entre o certo e o errado da língua inglesa, a língua desconhecida e diversificada. E ainda podemos fazer uma relação que o inglês falado certo dentro da normativa da língua, tem mais brilho, mais valor, pois essa é a língua imposta pelos gramáticos e pelo estado para uma sociedade, e é a que tem prestígio. Já o falar coloquial, aquele que é considerado errado, no caso nesse enunciado o do aprender o inglês errado, é que mostra o não prestígio dessa língua. E, enfim, o argumento da atribuição dessas funções imposta no ensino de língua demonstra a questão da alteridade, e do político apresentado por Guimarães (2002, p.16), segundo ele, “o homem está sempre a assumir a palavra, por mais que esta lhe seja negada”. Neste sentido o ensino do inglês errado, aquele que não é normatizado é que lhe é negado, e que se o aluno se matricular no curso da escola Cultura Inglesa vai aprender um inglês certo de prestígio bem sucedido e bem visto na sociedade. Neste acontecimento o memorável recortado pela música pop americana, representada pelo astro pop Michael Jackson, aponta a argumentação para o presente

funcionamento de linguagem que permeia toda a propaganda.

#### 4. Considerações

Neste trabalho propusemos analisar como os sentidos permeiam a campanha publicitária da empresa Cultura Inglesa. Observamos a constituição desses sentidos e a construção de significados em acontecimentos enunciativos que surgiram nos recortes analisados em que focamos o aprendizado de uma segunda língua, o inglês, ofertado por essa empresa privadas que funcionam num espaço de enunciação do Português do Brasil.

Os sentidos constituídos nas enunciações midiáticas apresentadas neste trabalho, vivem em constantes disputas entre línguas e falantes. Pudemos observar que no funcionamento da propaganda, há uma relação das cores e das imagens, que constroem sentidos, uma relação entre o não verbal e o verbal.

Compreendemos, nesse caso, que as cores significam através de sua historicidade que é “determinada pelas condições sociais de sua existência” (GUIMARÃES, 1995, p.66). As cores tomadas nessa relação de sentidos, de alguma maneira já são políticas, tratando-se de “algo que é próprio da divisão que afeta materialmente a linguagem, o acontecimento da enunciação”, segundo Guimarães (2005, p.15).

Podemos dizer assim, que a utilização, como plano de fundo, das cores que realçam o logotipo da empresa, as cores vermelha e azul, que em conjunto ou separadas, fazem parte da bandeira de quase todos os países de língua oficial inglesa. Enquanto símbolos patriotas, podemos considerar essas cores da imagem, ao funcionar, recorta como memorável o dizer da língua inglesa pelo mundo, em especial, nessa

propaganda que se dá no espaço de enunciação do Português do Brasil.

Na figura (1) notamos a questão da redundância como argumentação para tentar atingir o seu público alvo: os alunos pelo sentido da variante normativa da língua inglesa.

Ficou marcado neste acontecimento, que a argumentação se estabiliza a partir do lugar da música pop rock representada pela imagem do astro Michael Jackson, que significa nesse acontecimento o aprender a falar o inglês correto de prestígio, “o verdadeiro”. Este funcionamento de linguagem direcionou toda a argumentação dessa campanha da escola Cultura Inglesa.

Também não podemos deixar de ressaltar o símbolo e as cores que aqui significam, estão tomadas pelo dizer, pois fazem alusão ao já dito sobre elas. Essas relações de sentidos que perpassam esse espaço enunciativo, de alguma maneira já são políticas por si só, tratando-se de “algo que é próprio da divisão que afeta materialmente a linguagem, o acontecimento da enunciação”, segundo Guimarães (2005, p.15).

Portanto, concluímos que a propaganda, constituída pelas cores, imagens e ao texto para significarem enquanto propaganda que visam sustentar uma posição de sentido no funcionamento de linguagem para instigar seu consumidor (aluno), que estudar inglês é para escola Cultura Inglesa a imposição na propaganda da questão do certo/errado e falso/verdadeiro na língua, tendo aqui uma questão de alteridade. O fato de utilizar um ícone americano para enunciar já é um ato político na língua, e assim comprovamos que o político está

presente no nosso dia-dia, essa contradição está instaurada nessas enunciações.

A análise da propaganda nos permitiu observar o funcionamento da argumentatividade, que segundo Guimarães (2008, p.89-100) “faz parte da sistematicidade da língua e que significa no acontecimento pelo modo como se constitui a temporalidade deste acontecimento”. O sentido da argumentação presente no funcionamento de linguagem da propaganda “não é o da persuasão, é o da sustentação de uma posição, e, nesse sentido, é política. (GUIMARÃES, 2013, p.283). As imagens e os textos que integram a propaganda nos valeram para mostrar que estão postas ali não como referência no texto, mas sim como argumentação, que constitui textualidade na própria materialidade linguística, produzindo sentidos no funcionamento enunciativo na maneira de ofertar o ensino da língua inglesa, neste caso o ensino do Inglês dos Estados Unidos e não do britânicos.

## 6. Referências

BAK, Thomas. (02/06/2014). Aprender segunda língua retarda o envelhecimento do cérebro Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/aprender-segunda-lingua-retarda-envelhecimento-do-cerebro-12693136>. Acesso em: 10/02/2018.

BRASIL, Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 dez. 1996.

BRASIL. Ministério da Educação e Secretaria de Educação Média e Tecnológica. Parâmetros curriculares nacionais, códigos e suas tecnologias. Língua estrangeira moderna. Brasília: MEC, 1999.

CHAVES, C. O ensino de inglês como língua estrangeira na educação infantil: para inglês ver ou para valer? 2004. Monografia (Especialização em Educação Infantil)- Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2004.

FREYRE, G. Ingleses no Brasil. Rio de Janeiro: Topbooks, 2000.

GUIMARÃES, Eduardo. Os Limites dos sentidos. Pontes. Campinas, 1995.

\_\_\_\_\_. Semântica do acontecimento: um estudo enunciativo da designação. Campinas-SP: Pontes. 2005.

\_\_\_\_\_. A palavra: Forma e Sentido. Pontes. Campinas, 2007.

\_\_\_\_\_. Texto e Argumentação. Campinas: Pontes. 2007b. p.203-216

\_\_\_\_\_. Um contra argumento delocutivo: 'Fala sério!'. Línguas & Letras (UNIOESTE), v. 9, p. 85-102, 2008.

\_\_\_\_\_. A enumeração: funcionamento enunciativo e sentido. Cadernos de Estudos Linguísticos, Campinas, v. 51, n. 1, p. 49-68, 2009.

\_\_\_\_\_. Quando o eu se diz ele: análise enunciativa de um texto de publicidade. Revista da Anpoll. Vol.1, nº 29, 2010.

\_\_\_\_\_. Argumentatividade e argumentação. Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo. V. 9, n. 2, p. 271-283 - jul./dez. 2013.

KARIM, Taisir Mahmudo. Dos nomes à história - o processo constitutivo de um Estado: Mato Grosso. Campinas, SP: [s.n.], 2012.

\_\_\_\_\_, Taisir Mahmudo. Em se falando de igrejas. In: DA SILVA, Denise E. Garcia (org.) *Papéis Revista de Letras*, vol. 07. A Universidade, 1997.

\_\_\_\_\_, Taisir Mahmudo. *Designação e Instabilidade do Sentido- “Israel” e “Palestina” na Folha de São Paulo*. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Campinas, SP, 2000.

\_\_\_\_\_, Taisir Mahmudo. Significação – Da história ao nome Israel e Palestina na Folha de São Paulo. In: *Sociedade e discurso*. Pontes, Campinas, UNEMAT, Cáceres, 2001.

\_\_\_\_\_, Taisir Mahmudo. Dois nomes dois destinos. In: *Línguas e instrumentos linguísticos*. Pontes, Campinas-SP, 2003.

\_\_\_\_\_, Taisir Mahmudo. Mato Grosso: histórias de enunciações o percurso do nome de um estado. In: KARIM, Taisir Mahmudo. [et al.] (Org.). *Atlas dos nomes que dizem histórias das cidades brasileiras: um estudo semântico-enunciativo do Mato Grosso - (Fase I)*. Campinas-SP. Pontes, 2016.

\_\_\_\_\_, Taisir Mahmudo. *Marcas do Dizer: Sentidos do Arraial do Cuyabá*. In: Estudos Linguísticos, 45 (1), São Paulo, p. 305-315, 2016.

\_\_\_\_\_, Taisir Mahmudo; ALVARES, L. De incivilizados a descivilizados: um percurso semântico do nome vândalos. In: ORLANDI, Eni. [et al.] (Org.). *Linguagem, Instituições e Práticas sociais*. Pouso Alegre, MG. Univás. 2018.

\_\_\_\_\_, Taisir Mahmudo; ALVARES, Lucas; DALLA PRIA, Albano. O frisson da bailarina: o funcionamento semântico enunciativo do nome baderna. In. *Revista Traços de linguagem*, Cáceres, MT, V.03 N. 02: 2019.

---

**Francineli Cezarina LARA**

Professora Doutoranda em linguística pela Universidade Complutense de Madrid em cotutela pela Universidade do Estado de Mato Grosso, integrante do grupo de estudos: Miriadi/UCM e Significar Mato Grosso. [lara.francineli@gmail.com](mailto:lara.francineli@gmail.com)

---

**Taisir Mahmudo KARIM**

Professor orientador Doutor em linguística, prof. adjunto da Universidade do Estado de Mato Grosso e do Programa de Pós-Graduação em Linguística/UNEMAT, membro do Centro de Estudos e Pesquisa em Linguagem - CEPTEL. Coordenador do grupo de estudos Significar Mato Grosso. [taisirkarim@hotmail.com](mailto:taisirkarim@hotmail.com)

---