UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA
MESTRADO EM LINGUÍSTICA

FRANCINELI CEZARINA LARA

UM BRASIL SEM FRONTEIRAS: A LÍNGUA INGLESA NO ESPAÇO DE ENUNCIAÇÃO DO PORTUGUÊS DO BRASIL

Cáceres - MT
2017

FRANCINELI CEZARINA LARA

UM BRASIL SEM FRONTEIRAS: A LÍNGUA INGLESA NO ESPAÇO DE ENUNCIAÇÃO DO PORTUGUÊS DO BRASIL

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade do Estado de Mato Grosso, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Linguística, sob a orientação do Professor Dr. Taisir Mahmudo Karim.

Cáceres - MT
2017

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Regional de Cáceres

FRANCINELI CEZARINA LARA

UM BRASIL SEM FRONTEIRAS: A LÍNGUA INGLESA NO ESPAÇO DE ENUNCIAÇÃO DE PORTUGUÊS DO BRASIL

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof. Dr. Taisir Mahmudo Karim UNEMAT – Orientador
PPGL/UNEMAT

_____

Prof. Dr. Albano Dalla Pria - PPGL/UNEMAT

_____

Prof. Dr. Adilson Ventura da Silva - UESB

APROVADA EM: __/____/_____

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho em primeiro lugar a Deus,
Ao meu amigo e companheiro de caminhada Gabriel Pereira.
Ao meu maior presente de Deus, meus filhos Bruno, Cauã e Maria Helena.
A minha mãe Luzia, que sempre me incentivou aos estudos.
Ao meu eterno pai Francisco que me ensinou a amar e respeitar, e a toda minha família que tanto amo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ser quem sou.
Agradeço ao meu amigo, companheiro e marido, Gabriel Pereira por ter estado o tempo todo ao meu lado neste labor.
Agradeço ao meu amigo Sebastião Mendes por haver me informado do mestrado em Linguística.
Agradeço a dois anjos que apareceram na minha vida e me orientaram para estar neste lugar hoje Letícia T. Martins e Dorianny Karla.
Agradeço imensamente ao meu orientador Dr. Taisir Mahmudo Karim, não só por ter me guiado pelos caminhos tortuosos da semântica, mas por, ter me apresentado a ela e feito com que eu me apaixonasse por ela.
Agradeço à UNEMAT, por ter me acolhido como uma filha.
Agradeço a todos meus professores do programa de pós-graduação em Linguística que, de uma maneira ou outra contribuíram grandiosamente no meu crescimento intelectual.
Agradeço aos professores, Prof. Dr. Valdir Silva pela orientação no projeto que apresentei no SETEDI e por ter o prazer de reencontrá-lo depois de ter sido meu professor na educação Básica, e a professora Profa. Ma. Estela Seraglio Furrer.
Agradeço aos professores, Prof. Dr. Adilson Ventura e Prof. Dr. Albano Pria por terem aceito esse desafio e pelas contribuições que me valeram para a evolução do trabalho.
Agradeço a todos meus colegas e amigos que fiz no mestrado, pelas parcerias e discussões, em especial o Prof. Me. Wolber, Me.Lucas, Alessandra, Valdirene, Poliana e Marly.
À minhas colegas, meu muito obrigada pelas contribuições: Giseli Veronêz e Graziele Souza.

EPÍGRAFE

“Todo homem é um animal político”.
Aristóteles

RESUMO

Este trabalho propõe compreender o funcionamento enunciativo de três propagandas publicitárias que veicularam no Brasil e trazem, como tema principal, o ensino de uma segunda língua, o Inglês. Está inscrito na linha de pesquisa Estudos de Processos de Significação do Programa de pós-graduação *Stricto Sensu* em Linguística da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT). Analisamos o funcionamento semântico-enunciativo de três propagandas, através da observação do funcionamento das cenas enunciativas construídas como propagandas 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 e analisamos as propagandas através dos procedimentos de articulação e reescrituração. Para a Semântica do Acontecimento, a análise do sentido da linguagem deve localizar-se no estudo da enunciação, o acontecimento do dizer. Portanto as análises foram feitas na perspectiva enunciativa em que a Enunciação é tomada como o lugar que produz significação. E tomamos como suporte teórico para desenvolver as análises deste estudo os construtos da Semântica do Acontecimento, Guimarães (2002, 2005), Dias (2013, 2016) e alguns autores que já desenvolveram trabalhos pensados, a partir desse lugar teórico-metodológico – Dias (2010, 2011, 2013), Zoppi-Fontana (2009, 2010, 2011), Zattar (2013), Karim (2012, 2013) e Ventura (2012, 2015, 2016).

Palavras-chave: Semântica do Acontecimento; Espaço de enunciação; Língua Inglesa; Reescrituração.

ABSTRACT

The purpose of this work is to understand the enunciative functioning of three advertisements that have been broadcast in Brazil and brings as main theme, teaching a second language, the English. The same, is enrolled in the line of research Studies of Significance Processes of the PosGraduate Program Stricto Sensu in Linguistics of Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT). We analyzed the functioning semantic-enunciative of three advertisements, through the observation of the functioning of enunciative scenes constructed as advertisements on the Internet, a very unusual 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 and and we analyze the advertisements through articulation and rewriting procedures. For the Semântica do Acontecimento, the analysis of the meaning of language must be found in the study of enunciation, the event of saying. The analyzes were made in the enunciative perspective in which the Enunciation is taken as the place that produces signification. We take as theoretical support to develop the analyzes of this study the constructs of Semântica do Acontecimento, Guimarães (2002, 2005), Dias (2013, 2016) and some authors who have already developed works thought, from this theoretical-methodological place – Dias (2010, 2011, 2013), Zoppi-Fontana (2009, 2010, 2011), Zattar (2013), Karim (2012, 2013) and Ventura (2012, 2015, 2016).

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

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO **11**

SEÇÃO I **13**

A FORMAÇÃO DA LÍNGUA INGLESA E SEU ADVENTO EM TERRAS DE VERA CRUZ **13**

1.1 Uma breve passagem sobre a formação da Língua Inglesa **13**

1.1.1 Primeiro Período **14**

1.1.2 Segundo Período **15**

1.1.2 Terceiro Período **15**

1.2 O inglês pelo mundo **16**

1.3 História da Língua Inglesa no Brasil **17**

SEÇÃO II **24**

PRESSUPOSTOS TEÓRICOS PARA OS ESTUDOS DAS PROPAGANDAS E FORMAÇÃO DO *CORPUS* **24**

2. Enunciação **24**

2.1 A Semântica do Acontecimento **25**

2.1.1 Nomeação / Designação / Referenciação **27**

2.1.2 O espaço de enunciação, a cena enunciativa e a argumentação **28**

2.1.3 Articulação / Reescrituração **32**

2.2 Formando o *Corpus* **33**

SEÇÃO III **36**

ANÁLISES DAS PROPAGANDAS **36**

3.1 Nação Bilíngue **38**

3.2 O Inglês Meia-Boca **52**

3.3 Os ícones americanos na campanha do ensino de língua inglesa **60**

CONSIDERAÇÕES FINAIS **67**

REFERÊNCIAS **73**

ANEXOS **80**

APÊNDICE A **81**

APÊNDICE B **82**

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem 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.

Nessa direção, para desenvolvermos o trabalho aqui proposto, filiamo-nos aos pressupostos teóricos da Semântica do Acontecimento, formulada por Eduardo Guimarães (2002, 2005). Assim, colocando-nos como semanticistas, buscamos compreender a linguagem como relação de sentidos em que se inclui a materialidade da língua, da história e do sujeito que enuncia.

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.

Nosso corpus para este estudo está constituído de três propagandas de curso de idiomas que ofertam o ensino de Língua Inglesa. Vale esclarecer que essas propagandas são de escolas distintas, a saber: WIZARD, CULTURA INGLESA e CCAA. Nossa observação se dará a partir da análise do funcionamento das cenas enunciativas construídas enquanto propagandas, um funcionamento de linguagem bastante específico do modo de enunciar na mídia em geral. Essa observação nos levará à descrição do agenciamento das figuras enunciativas nessas cenas para que possamos caracterizar a representação semântica que se constrói entre o locutor propaganda e seu interlocutor leitor. Analisaremos na perspectiva enunciativa, em que a enunciação é tomada como o lugar que produz a significação.

O mundo das propagandas possui mecanismos e possibilidades de produção de sentidos muito específicos, que precisam ser observados do lugar do analista de linguagem, no nosso caso, o do semanticista. Nesse sentido, a priori iremos:

Desenvolver uma análise do funcionamento semântico-enunciativo das propagandas que constituem nosso *corpus*. Procuraremos mostrar em que medida essa materialidade linguística constrói sentidos que tomam os sujeitos leitores enquanto consumidores e, por assim dizer, constrói a relação interpretativa entre o funcionamento da propaganda com o interlocutor leitor sobre o objeto publicitado.

Vamos também observar a constituição da cena enunciativa, destacando, a formação das figuras enunciativas e o modo como se dá o agenciamento dessas figuras na cena da propaganda (locutores/enunciadores).

Tomaremos como procedimentos de análises os construtos teóricos da Semântica do Acontecimento; num primeiro momento descreveremos o agenciamento das figuras enunciativas dessas cenas enunciativas, e, em seguida as análises dos processos de articulação e reescrituração, que no funcionamento do dizer, o especifica enquanto texto-propaganda que ofertam curso de idiomas, no caso, o ensino de língua inglesa que essas propagandas oferecem.

Este estudo está distribuído da seguinte maneira: Na seção I, intitulada *A formação da língua inglesa e seu advento em terras de Vera Cruz,* apresentamos, de modo sucinto, um percurso sócio histórico da língua inglesa, com o intuito de entender como foi constituída, legitimada e como se tornou universalizada.

Na seção II, P*ressupostos teóricos para o estudo das propagandas e formação do corpus,* apresentamos o quadro teórico que nos insere nos estudos históricos e enunciativos da linguagem e também a descrição do nosso corpus.

A seção III, última parte do nosso trabalho, foi reservada para as análises do estudo das relações entre as palavras e as línguas na enunciação, a partir das propagandas vinculadas na mídia, onde procuraremos descrever o modo como os sentidos produzidos pelo funcionamento das propagandas operam para a argumentatividade da necessidade de se falar a língua inglesa.

SEÇÃO I

A FORMAÇÃO DA LÍNGUA INGLESA E SEU ADVENTO EM TERRAS DE VERA CRUZ

> *Um dos aspectos fundamentais quando pensamos o funcionamento das línguas é o da diversidade. Ou seja, é de grande importância analisar o funcionamento de uma língua, considerar que ela não é homogênea e que se diferencia, se divide no seu funcionamento, em virtude de sua relação com os falantes. (GUIMARÃES, 2008, p.5)*

As propagandas que propomos analisar neste trabalho apresentam práticas linguísticas marcadas pela relação entre línguas num espaço de enunciação do Português do Brasil. Vamos analisar três propagandas de curso de idiomas que ofertam o ensino de Língua Inglesa. Vale esclarecer que essas propagandas são de escolas distintas, a saber: WIZARD, CULTURA INGLESA e CCAA. As cenas enunciativas construídas enquanto textos de propagandas circulam na mídia como um funcionamento de linguagem bastante específico do modo de enunciar na imprensa em geral. Nosso objetivo neste trabalho será o de observar o funcionamento semântico enunciativo dessas propagandas. Procuraremos descrever o modo como os sentidos produzidos pelo funcionamento das propagandas operam na direção argumentativa de a necessidade de se falar a língua inglesa.

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).

1.1 Uma breve passagem sobre a formação da Língua Inglesa

Tomamos para reflexão o modo como o espaço de enunciação da língua inglesa se constitui e percebemos que ele foi formado por um conjunto muito peculiar de relações de línguas, disputas de territórios e por divisões da própria língua inglesa.

A língua inglesa no século V d.C. era falada somente por algumas tribos germânicas[1]. O inglês é uma derivação da língua germânica[2], que por sua vez está incluído na rama ocidental das línguas germânicas, uma subfamília das línguas indo-europeias. A língua inglesa, assim como todas as línguas, sofre influência de outras línguas.

Por volta dos 450 d.C. existiam as tribos de diferentes terras do norte da Alemanha: Saxões, Anglos e Jutos[3] e foram esses grupos que constituíram a formação sócio cultural dos Ingleses. Os anglos e os saxões vieram de duas regiões localizadas onde atualmente é a Alemanha, e os jutos eram originários da Jutlândia, na Dinamarca.

Os bretões celtas que viviam na Inglaterra pediram aos anglos, saxões e jutos que viessem ajudá-los a se proteger das ferozes tribos que viviam ao norte do país. Em retribuição por seus serviços, os recém-chegados ganharam terras. Com o tempo, tornaram-se gradualmente mais poderosos, assumindo o domínio do território inglês, enquanto os bretões perderam importância.

Segundo Crystal (2004) e Graddol (2000), a história da língua inglesa pode ser dividida em três períodos, a saber: Antiga; Média e Moderna.

Para compreendermos melhor a formação do espaço de enunciação da língua inglesa vamos descrever estes três períodos:

1.1.1 Primeiro Período

O período do inglês antigo vai do ano 449 a 1066, era a língua considerada dos invasores anglo-saxões. A língua germânica se difundiu através das línguas indígenas britônicas[4], os dialetos falados pelos anglo-saxões formam o inglês antigo.

---

[1] "As tribos germânicas designadas como germânicas orientais constituem uma onda de imigrantes que podem ter se movido na Escandinávia pela área entre os rios Oder e Vístula nos anos 600 e 300 a.C. As tribos germânicas, relacionadas com as tribos germânicas do norte, haviam migrado da Escandinávia para a região leste do rio Elba (vândalos, burgúndios, godos, rúgios e outros)". (Infoescola, acessado em 03/08/2017)

[2] Verificar Apêndice A

[3] "Os jutos foram um povo germânico que, ao que se pensa, teve origem na Jutlândia, na moderna Dinamarca, e em parte da costa frísia. Os jutos, com os anglos, os saxões e os frísios, estiveram entre os povos germânicos que atravessaram o mar do Norte para assolar e mais tarde invadir a Inglaterra, do século IV em diante. De acordo com o Venerável Beda, eles acabaram por se fixar em Kent, Hampshire e na ilha de Wight. Existem vários topónimos que comprovam a presença de jutos na área, como *Ytene* que, segundo Florence de Worcester, era o nome contemporâneo da New Forest". (Britanicaescola, acessado em 03/08/2017)

[4] Compreende o bretão ou armórico, o córnico e o galês, essas línguas celtas empregam o alfabeto romano. O bretão é falado, hoje, na Bretanha francesa. O período de maior esplendor da língua bretã

Não podemos deixar de falar, pois a língua inglesa também sofreu a influência do latim em dois momentos distintos:

No primeiro momento, pelo contato com o Império Romano. E, no segundo, com a chegada da evangelização de Santo Agostinho, a qual emprestaram palavras relacionadas com a termologia religiosa. Outro momento importante para a formação da língua inglesa foi a invasão dos Vikings, que enriqueceu o idioma ao fixar palavras do nórdico antigo ao inglês antigo.

O nome anglo-saxão começou a ser usado para designar todos os que viviam na Inglaterra, como os anglos, os saxões e os jutos misturados com outros invasores e os bretões originais. Os anglo-saxões falavam uma forma antiga de inglês que hoje se chama, velho-inglês. O domínio anglo-saxão terminou em 1066.

1.1.2 Segundo Período

O inglês médio se inicia com a conquista Normanda[5] no ano de 1066. Naquele ano, a Inglaterra foi invadida pelas forças francesas de Guilherme, o Conquistador, duque da Normandia, uma região do norte da França. Essa foi a última vez que a Inglaterra foi dominada por forças estrangeiras, no episódio histórico conhecido como Conquista Normanda. No início deste período teve lugar para incorporação na língua de muitas palavras da vida cotidiana procedentes do escandinavo e/ou nórdico. Também teve influência do Francês, para o crescimento do idioma. No final deste período no século XIV, a língua adquire verdadeiro prestígio dos anglos, pois nas cidades surgiam universidades e começavam a desenvolver uma vida próspera economicamente e cortesana. A língua dos anglos permanece prestigiada nas obras de Geoffrey Chaucer.

1.1.3 Terceiro Período

---

corresponde à metade do século XVII. Neste período, gramáticas foram escritas e um grande conjunto de obras de teatro, literatura e baladas surgiram. (História do mundo acessado em 07/06/2017)

[5] "Os normandos foram um povo medieval estabelecido no norte da França, cuja aristocracia descendia em grande parte de Vikings da Escandinávia (a palavra viking vem de vikingr do nórdico antigo e se refere a expedições no mar. Muitas vezes se usa normano como sinônimo, nome derivado de Northmen ou Norsemen, que significa "homens do Norte"). ". (Mundo Educação, acessado em 07/05/2017)

Vai se considerar o período do inglês moderno no ano de 1500, neste período houve uma mudança vocálica do inglês, logo depois a língua se torna reconhecida como inglês moderno, através de William Shakespeare (meados do século XVI). Cerca de 1550, com a Bíblia de King James, o inglês moderno dispara se tornando uma potência colonial, o idioma serviu de língua franca das colônias do Império Britânico.

No ano de 1604 se publica o primeiro dicionário em inglês (Table Alphabeticall). Foi escrito por um professor de escola regular, Robert Cawdrey. Porém, tal dicionário estava muito longe de ser um guia completo para a língua, e levaria um século e meio até que o próximo passo fosse dado. O inglês continua adotando palavras estrangeiras, especialmente do latim e do grego, desde o Renascimento. Logo em seguida, em 1755, Samuel Johnson publica o primeiro e maior dicionário de inglês. (A Dictionary of the English Language) que já vinha sendo preparada sua construção há nove anos e permaneceu como o mais popular e confiável dicionário até o aparecimento do "*Oxford English Dictionary*", 175 anos mais tarde. No inglês moderno teve mais palavras surgidas de outros fatores como: A Revolução Industrial e a Tecnológica e também o surgimento do Império Britânico.

Segundo Graddol (2000), graças à nova colonização britânica de algumas zonas, tanto da América do Norte como Austrália, Nova Zelândia e África do Sul, teve lugar na transformação da língua através de diversas variantes linguísticas tal como: o inglês americano, australiano e variedades próprias dos demais países influenciados pela língua. No século XX os falantes cultos do Reino Unido pronunciavam de acordo com que se determinou (Received Pronunciation) que representava a norma culta na época dos colégios internos privados e das velhas universidades de Oxford e Cambridge, sem se esquecer da pronunciação da Coroa.

1.2 O inglês pelo mundo

O inglês é considerado a "língua franca" nas transações econômicas, políticas, tecnológicas, acadêmicas e culturais entre os povos, através da globalização que gerou a internacionalização sem precedentes deste idioma e, que foi se revolucionando, à medida que os novos anglos falantes em volta do mundo imprimem sua própria identidade.

Tanto Graddol (2000), como Crystal (2004), mostram que a língua inglesa se expandiu a partir da colonização dos países africanos e asiáticos, principalmente por

parte dos britânicos, posteriormente, por influência do domínio econômico exercido pelos Estados Unidos.

Crystal (2004), afirma que uma língua adquire status de "linguagem internacional" devido ao poder político e militar de sua gente (falantes, país). Assim podemos pensar nesta relação de proporção e transformação da língua inglesa através de Guimarães (2007, p.205) 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". Vale ainda ressaltar a definição de língua proposta por Guimarães (1997), considerando a língua "uma dispersão de regularidades linguísticas constituídas sócio-historicamente".

1.3 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[6]. 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 pouco um império, causando mudanças bastante significativas, entre elas o desenvolvimento da imprensa local e o grande interesse de aprender a língua inglesa cresciam cada vez mais, e, talvez já nessa época existissem os primeiros professores de inglês. Segundo Pantaleão (2004):

[6] "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)

> 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[7]. Em 1703, que segundo as palavras de D. João (CLIB 1891) "sempre as mais incontrastáveis provas de amizade e affecto correspondente à antiga alliança 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).

[7] "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)

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.

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, consequentemente, 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[8], 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:

[8] Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

> 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, (2014) avalia: “Milhões de pessoas em todo o mundo aprendem uma segunda língua mais tarde. Nosso estudo mostra que o bilinguismo sempre irá retardar o envelhecimento do cérebro”.

1.4 A Língua Inglesa e as propagandas

Hoje em dia, no Brasil, existe um grande número de curso 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.

Este trabalho analisará o funcionamento enunciativo de três propagandas publicitárias que foram veiculadas no Brasil entre 2014-2016 e, traz como tema principal, o ensino de uma segunda língua, o Inglês. Esse material (as propagandas) irá constituir o nosso *corpus*. Para tanto, a observação dessa reflexão se dará considerando os estudos enunciativos. Para fundamentar nossas análises interpretativas, tomamos como viés norteador, os construtos teórico-metodológicos da Semântica do Acontecimento, Guimarães (2002).

O que nos desperta interesse neste trabalho é o estudo dos sentidos dos dizeres nas propagandas que constituem 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.

SEÇÃO II

PRESSUPOSTOS TEÓRICOS PARA OS ESTUDOS DAS PROPAGANDAS E FORMAÇÃO DO *CORPUS*

Neste capítulo, mobilizaremos os construtos teóricos da Semântica do Acontecimento (2002), definidos por Eduardo Guimarães, que considera a constituição dos sentidos a partir da linguagem na sua relação com os sujeitos, língua e sócio histórico.

A partir dos construtos teóricos iremos desenvolver uma análise do funcionamento semântico-enunciativo das propagandas definidas como *corpus* deste trabalho. Procuraremos mostrar, em que medida, essa materialidade linguística produz efeitos que possam afetar os sujeitos leitores e, por assim dizer, construir a relação interpretativa entre o funcionamento da propaganda com o interlocutor leitor sobre o objeto publicitado.

2. Enunciação

Émile Benveniste foi quem, com suas obras reunidas em dois volumes: Problèmes de Linguistique Générale I e II, introduziu estudos significativos e necessários, para que se estabelecessem na Linguística novas reflexões evidentes sobre os estudos enunciativos. O linguista francês considera a enunciação "este colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização". (BENVENISTE, 1989, p. 82). Para ele existe uma diferença entre o emprego das formas e o emprego da língua sendo este determinado por uma relação que se tem entre a língua e seu locutor. Considerando o papel do locutor importante na configuração "ato individual", tendo em vista que "antes da enunciação, a língua não é senão possibilidade da língua", opondo-se ao paradigma linguístico de Ferdinand Saussure. Para ele o sujeito toma a língua e a faz funcionar. Nesta ação "individual" vai se atualizando a cada prática enunciativa.

Outro linguista que se interessa pelos estudos enunciativos é Oswald Ducrot. Na sua constituição da teoria da enunciação, existe todo um trabalho em pensar os sentidos fora de uma posição referencialista, sendo que, para o linguista, os sentidos se

constituem em uma relação da linguagem com ela mesma e não em sua relação com o mundo. Para o teórico que denomina a enunciação o acontecimento, na ideia que constitui o aparecimento de um enunciado em determinado momento do tempo e do espaço. Conceito esse que tem função extremamente semântica, não deixando hipóteses para uma implicação fisiológica ou psicológica.

Ducrot (1980, p. 34) diz que o "sentido do enunciado é, para mim, uma descrição, uma representação que ele traz de sua enunciação, uma imagem do acontecimento histórico constituído pelo aparecimento do enunciado". Ao falar que um enunciado descreve sua enunciação pode-se considerar o dizer, que se apresenta como produzido pelo locutor, designado por diferentes marcas de primeira pessoa para um alocutário, designado pela segunda pessoa.

A enunciação para Eduardo Guimarães (2002, p. 8) é tomada "enquanto acontecimento de linguagem, se faz pelo funcionamento da língua". Essa noção de acontecimento para a enunciação mostra que ao funcionar a enunciação instaura uma temporalidade própria. Eduardo Guimarães em seus estudos sobre enunciação lança sua obra *Semântica do Acontecimento,* (2002), um novo olhar sobre o funcionamento enunciativo, conceitua a enunciação enquanto um acontecimento de linguagem que se dá pelo funcionamento da língua. Para Guimarães (2002, p. 7), "a análise do sentido da linguagem deve localizar-se no estudo da enunciação, do acontecimento do dizer". O acontecimento instaura uma temporalidade que não é cronológica, mas simbólica.

Segundo Guimarães, apud Karim (2012, p. 72), Guimarães, trata a história de modo diferente ao de Ducrot. "A *história* é determinante da significação, não se trata de uma história cronológica, mas sim de uma condição que na sua própria materialidade social historiciza". Porém, a história é determinante no acontecimento enunciativo por trazer a ele um passado de sentidos, que podemos dizer que é a rememoração dos memoráveis de enunciados que ressignificam na temporalidade específica do acontecimento. Guimarães (2002) considera:

> que algo é acontecimento enquanto diferença na sua própria ordem. O que caracteriza a diferença é que o acontecimento não é um fato no tempo. Ou seja, não é um fato novo enquanto distinto de qualquer outro ocorrido antes no tempo. O que o caracteriza como diferença é que o acontecimento temporaliza. Ele não está num presente de um antes e de um depois no tempo. O acontecimento instala sua própria temporalidade: essa sua diferença. [...] o acontecimento é sempre uma nova temporalização, um novo espaço de conviviabilidade de tempos, sem a qual não há sentido, não há acontecimento de linguagem, não há enunciação. (GUIMARÃES, 2002, p.11-12).

Tendo em conta a enunciação enquanto um acontecimento, tomaremos como base teórica os construtos da Semântica do Acontecimento, formulada por Eduardo Guimarães (2002), para nossas análises.

2.1 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 Guimarães: "O acontecimento de linguagem por se dar nos espaços de enunciação é um acontecimento político" (GUIMARÃES 2002, p. 17).

2.1.1 Nomeação / Designação / Referenciação

Guimarães (2002) traz uma distinção importante entre designação e palavras correlatas como nomeação, referência e denotação, que às vezes são usadas como sinônimas. Vejamos

> A nomeação é o funcionamento semântico pelo qual algo recebe um nome; a designação é o que se poderia chamar de significação de um nome, mas não enquanto algo abstrato. Seria a significação enquanto algo próprio das relações de linguagem, mas enquanto uma relação linguística (simbólica) remetida ao real, exposta ao real, ou seja, enquanto uma relação tomada na história. A referência será vista como a particularização de algo na e pela enunciação. (GUIMARÃES, 2002, p.9)

Compreendemos dessa maneira que o processo de designação é mais que uma simples classificação ou nomeação, apresenta-se como um recorte do mundo, de forma a construir o sentido daquilo que é nomeado. Nesta relação, vemos que um nome está além de uma simples denominação, pois ele constitui um texto rico de historicidade e de significação.

Para compreender melhor nas palavras de Guimarães (2007) vamos entender o que é referenciar, designar e nomear:

> O que se vê é que a referência é uma particularização de algo, em certas condições, e que a designação é o modo pelo qual o real é significado na linguagem. E não se trata simplesmente, de considerar os objetos existentes e os conjuntos de que fazem parte. A partilha do real não se projeta sobre a linguagem diretamente. Ela é produzida pelo modo como a enunciação produz uma certa relação entre as palavras. O que é designado é uma construção de sentido, uma relação entre elementos linguísticos. O que é referido é aquilo que é particularizado por uma enunciação. (GUIMARÃES, 2007 p.82)

Para Guimarães (2005), no campo da enunciação é introduzido além da "língua" (relação sócio-histórica no enunciado) e do "sujeito" (que ao falar é tomado por uma memória de sentidos, classificado para o teórico de locutor); levando em conta

que existem dois elementos importantes do acontecimento de linguagem: o “real”, a materialidade histórica do real que faz a língua funcionar pelo simbólico, e a “temporalidade” se

> configura por um presente que abre em si uma latência de futuro (uma futuridade), sem a qual não há acontecimento de linguagem, sem a qual nada é significado, pois sem ela (a latência de futuro) nada há ai de projeção de interpretável. O acontecimento tem como seu um depois incontornável próprio do dizer. Todo acontecimento de linguagem significa por que projeta em si um futuro. (GUIMARÃES, 2005, p. 12)

Considerando a enunciação enquanto um acontecimento, o memorável será tratado enquanto o passado do acontecimento. Guimarães (2005, p.12), “o passado é, no acontecimento, rememoração de enunciados, ou seja, se dá como parte de uma nova temporalidade, tal como a latência de futuro”. Assim o memorável é tomado como um recorte da memória e se faz na enunciação.

Percebe-se o referente como a particularização de um signo no mundo, que se estabelece como resultado do funcionamento da designação, sendo assim a designação é o que determina o funcionamento da referenciação. É próprio da designação o lugar de constituição de sentido.

2.1.2 O espaço de enunciação, a cena enunciativa e a argumentação

A argumentação é objeto de estudo desde a Antiguidade, sendo os gregos, no período da democracia ateniense, um dos primeiros a discutir a arte de argumentar e persuadir, identificada no domínio de técnicas argumentativas, simplesmente o da retórica, que vinculada às práticas enunciativas, tornou-se um instrumento do agir político. (ZOPPI-FONTANA, 2006).

A retórica desde o início foi considerada como uma arte que objetivava persuadir o interlocutor. Porém, outras áreas também se interessaram por esta arte, a argumentação. A Linguística é uma delas e trabalha com a argumentação com base em elementos que proporcionam o funcionamento da língua. Para a Semântica do Acontecimento “o sentido da argumentação não é o da persuasão, é o da sustentação de uma posição e, nesse sentido, é política”. (GUIMARÃES, 2013, p. 283).

Pois para Guimarães (2010a, p.78), “argumentar é dar uma diretividade ao dizer [...], conduzir o texto para o seu futuro, para seu fim (final/finalidade)”, visto que a

língua já contém argumentatividade, por isso não há necessidade de se remeter isso à intenção do sujeito. O teórico considera que "a argumentação é um modo de tratar a memória como organizada pelo presente do acontecimento, regulando o futuro do dizível". (IDEM, p. 79).

Para Guimarães (2002, p. 18), os espaços de enunciação "são espaços de funcionamento de línguas, que se dividem, redividem, se misturam, desfazem, transformam por uma disputa incessante" e que por sua vez "são espaços 'habitados' por falantes, ou seja, por sujeitos divididos por seus direitos ao dizer e aos modos de dizer".

A enunciação deve ser considerada como um acontecimento que temporaliza e no qual se dá a relação do falante com a língua, e o fato do sujeito estar constantemente a tomar a palavra, mesmo que às vezes lhe seja negada, faz com que a enunciação seja uma prática política.

Assim, nos permite dizer que o político afeta e divide materialmente a língua, nessa relação de disputa entre língua e falantes, uma vez que o político dá ideia de "igualdade" podendo assim afirmar o pertencimento dos excluídos pela desigualdade. Portanto, a enunciação enquanto prática política instala o conflito de sentidos no centro do dizer.

Para explicar a divisão das línguas que existe entre os falantes dos Estados Nacionais, Guimarães (2006), apresenta cinco categorias de línguas:

> *Língua materna*: é a língua cujos falantes a praticam pelo fato de a sociedade em que se nasce a praticar; nessa medida ela é, em geral, a língua que se representa como primeira para seus falantes. *Língua Franca*: é aquela que é praticada por grupos de falantes de línguas maternas diferentes, e que são falantes dessa língua para o intercurso comum. *Língua nacional* é a língua de um povo, enquanto língua que o caracteriza, que dá a seus falantes uma relação de pertencimento a este povo. *Língua oficial*: é a língua de um Estado, aquela que é obrigatória nas ações formais do Estado, nos seus atos legais. *Língua estrangeira*: é a língua cujos falantes são o povo de uma Nação e Estado diferente daquele dos falantes considerados como referência. (GUIMRÃES, 2006, p.48).

Para o autor, é o espaço de enunciação que torna a língua uma prática política, que funciona no ato da fala, e falar é assumir a palavra num espaço de enunciação de disputas entre falantes e língua. Enunciar é colocar a língua em funcionamento. Pois a admissão da palavra se dá em cenas enunciativas, assinalado por "constituir modos

específicos de acesso à palavra, dadas as relações entre as figuras de enunciação e as formas linguísticas". (GUIMARÃES, 2005, p. 23).

Para a Semântica do Acontecimento, a cena enunciativa, é "um espaço particularizado por uma deontologia específica de distribuição dos lugares de enunciação no acontecimento". (IDEM, 2005, p. 23).

Todo acontecimento enunciativo é produzido num espaço de enunciação enquanto cena enunciativa, a materialidade do dizer se dá porque existe uma fonte do dizer. Pois Guimarães desta forma constitui as figuras da enunciação não só do sujeito-falante, mas também as figuras: locutor, locutor-x, enunciador, alocutário, alocutário-x e destinatário.

Locutor representado pela letra L maiúscula / fonte do dizer / responsável da fala. No acontecimento da enunciação existe uma disparidade constitutiva entre o *Locutor* e o *locutor-x. "*Para se estar no lugar de L é necessário estar afetado pelos lugares sociais autorizados a falar, e de que modo e em que língua (enquanto falantes). Ou seja, para o Locutor se representar como origem do que enuncia, é preciso que ele não seja ele próprio, mas um lugar social de locutor". (GUIMARÃES, 2002, p. 24).

O *locutor-x* (locutor com minúscula) se instala enquanto lugar social que é representado pela variável x. O seu dizer não parte do nada, mas sim por estar vinculado a uma base que sustenta seu dizer, um lugar chamado enunciador.

Os enunciadores representam os *lugares de dizer:*

Enunciador individual, que se diz não coletivo que representa o dizer que está acima de todos, história.

Enunciador genérico, vem representando o dizer da voz de todos. Falando aquilo que todos dizem.

Enunciador coletivo se caracteriza por ser a voz de todos que fala em nome dos outros.

Enunciador universal vem representando o dizer que caracteriza como válido para todos, global, representado, por exemplo, no dizer da ciência, do Estado.

As categorias relacionadas acima só se dão pelo fato de que o Locutor é predicado por instâncias sociais especificadas por lugares de dizer. Para Guimarães (2002, p.26), "a figura do enunciador passa a ser ilusória na medida em que apresentar-se como *fora* da história, ou acima dela, são lugares próprios da história".

Guimarães (2008) considera que o funcionamento da língua argumenta por si só por ser político, e que a argumentação se dá pelo funcionamento da língua no acontecimento da enunciação, conforme ele explica:

> Do ponto de vista que tenho tratado a argumentação, considera-se que o funcionamento da língua argumenta. Esta posição está diretamente relacionada com a da teoria da argumentação na língua (tal como formulada por Ducrot (1973)) e que está em trabalhos do que chamamos hoje "semântica argumentativa" (DUCROT, 1973; 1988; ANSCOMBRE; DUCROT, 1983; VOGT, 1977; e GUIMARÃES, 1987; por exemplo).
> Deste modo, nossa posição se contrapõe à consideração da argumentação como (a) um modo lógico de apresentar provas (evidência dos fatos); (b) uma manipulação do locutor sobre os destinatários (onipotência do sujeito); e (c) uma negociação construída abertamente por interlocutores (acordo entre locutores). A argumentação se dá pelo funcionamento da língua no acontecimento da enunciação. (GUIMARÃES, 2008, p.87).

Dito isso, o acontecimento de enunciação (o funcionamento da língua) vai se dar num espaço de atribuição de língua para seus falantes e o autor atenta para uma observação mesmo que se esteja numa mesma língua, o espaço de enunciação distribui "línguas" diferentes para seus falantes. Justamente porque "língua se divide e suas divisões são atribuídas diferentemente, politicamente, constituindo, assim, falantes distintos" (GUIMARÃES, 2008, p.88).

O falante, não aquela pessoa física de carne e osso e também não é uma figura empírica, muito pelo contrário "é uma figura política constituída pelos espaços de enunciação, sendo, assim, uma figura da enunciação" (GUIMARÃES, 2008, p.88). Pois o falante ao assumir a palavra no acontecimento da enunciação, ele está constituído pelo espaço de enunciação e "quem assume a palavra não é uma pessoa, é já a pessoa determinada pelas línguas que a constituem enquanto ser simbólico" (IDEM, p.88). O que caracteriza a enunciação como prática política e não individual ou subjetiva é considerar o funcionamento da língua no espaço de enunciação. Ainda Guimarães afirma que:

> Falar é assumir a palavra nesse espaço dividido (político) de línguas e falantes. Desta perspectiva, a língua funciona no acontecimento, pelo acontecimento, e não pela assunção que dela faz uma pessoa. Neste sentido, diríamos, a enunciação se dá por agenciamentos específicos pelo funcionamento da língua. Neste embate entre línguas e falantes, próprio dos espaços de enunciação, os falantes são tomados por agenciamentos enunciativos. O que se tem não é um ato individual de enunciação, mas um agenciamento político da enunciação. (GUIMARÃES, 2008, p.88-89).

Do ponto de vista do autor, podemos considerar que o falante não fala enquanto pessoa física com vontade própria num ato individual e sim num agenciamento político da enunciação. Segundo Guimarães (2008), podemos levar em conta dois aspectos do funcionamento argumentativo:

> De um lado, temos as formas lingüísticas que argumentam ao funcionarem; neste sentido, mesmo que operando diferentemente com este aspecto, adoto a concepção ducrotiana de que o funcionamento das formas lingüísticas é argumentativo e não referencial. Por outro lado, consideramos que o agenciamento enunciativo é, ou pode ser, também argumentativo. Deste modo, consideramos que temos, de um lado, o que chamamos orientação argumentativa, e de outro, a argumentação, que necessariamente inclui a orientação argumentativa, mas não se reduz a ela. (GUIMARÃES, 2008, p.88-89).

Nesta posição, o autor lembra que as análises das articulações é o estudo da orientação argumentativa:

> A análise das articulações dos enunciados e nos enunciados é o estudo da orientação argumentativa produzida pelos enunciados; a análise do modo como os enunciados se integram nos textos nos leva ao processo de argumentação de um texto (seja o texto de um só falante ou de mais de um, em uma conversa, discussão, etc.). (GUIMARÃES, 2008, p.89).

Pode-se considerar que no acontecimento a materialidade linguística está presente através da enunciação, e nele funciona uma sistematicidade linguística não pressupondo uma língua abstrata, mas, considerando uma materialidade linguística sistemática que se encontra pelas análises do acontecimento. Esse funcionamento "que a cena enunciativa constitui as relações de sentido que acabam por configurar regularidades sistemáticas (a língua). Neste sentido, essas sistematicidades (a língua) são históricas; não são possibilidades, são contingências". (GUIMARÃES, 2008, p.89).

Para Guimarães (2008), a argumentação pode ser considerada como uma relação enunciativa e não como uma estrutura lógica ou uma manifestação, sustentada na:

> [...] relação do argumento à conclusão na temporalidade específica do acontecimento em que se dá. Por outro lado, a não-coincidência entre a orientação argumentativa, que constrói uma unidade para o texto, e a argumentação geral do texto mostra o caráter político do funcionamento da argumentação. (GUIMARÃES, 2008, p.100).

2.1.3 Articulação / Reescrituração

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.

2.2 Formando o *Corpus*

> O estabelecimento de um *corpus* para as análises nos estudos de linguagem requer, antes de tudo, uma tomada de posição em relação ao procedimento teórico-metodológico, com o qual o pesquisador irá efetivamente desenvolver a análise. (KARIM, 2012, p.47)

Para fazer as nossas análises, compartilhamos do estabelecido por Karim (2012), que se faz necessário uma tomada de posição na delimitação do *corpus*, assim como a delimitação do *corpus* deve seguir critérios teóricos e não empíricos como afirma Orlandi :

> A delimitação do corpus não segue critérios empíricos (positivistas), mas teóricos. (...) Não se objetiva, nessa forma de análise, a exaustividade que chamamos horizontal, ou seja, em extensão, nem a completude, ou exaustividade em relação ao objeto empírico. Ele é inesgotável, Isto porque, por definição, todo discurso se estabelece na relação com um discurso anterior e aponta para outro. Não discurso fechado em si mesmo, mas um processo discursivo do qual se podem recortar e analisar estados diferentes. (ORLANDI, 1999, p.63)

Como foco, podemos considerar que os sentidos estão em uma relação constitutiva com as determinações sócio-históricas, sendo que os sentidos se constituem historicamente. De acordo com Guimarães:

> É preciso observar, no entanto, que embora não se considere de antemão nenhuma realidade a que as palavras reportam, há um real que a palavra significa. E as palavras têm sua história de enunciação. Elas não estão em nenhum texto como um princípio sem qualquer passado. (GUIMARÃES, 2007, p.81)

Na Seção III, de análise, utilizaremos os procedimentos analíticos desenvolvidos por Eduardo Guimarães que considera:

> As análises são feitas de recortes específicos que sejam decisivos relativamente ao funcionamento do sentido da palavra. Recortes decisivos são aqueles que trazem, proeminentes, características do fato que, se procura analisar. (GUIMARÃES, 2011, p. 90)

Portanto, "não há como considerar que uma forma funciona em um enunciado, sem considerar que ela funciona num texto, e em que medida ela é constituída do sentido do texto" (GUIMARÃES, 2002, p.7). O texto é definido na Semântica do Acontecimento como "uma unidade de sentido que integra enunciados no acontecimento da enunciação" (Idem, 2011, p. 19). O texto integra enunciados através de uma relação transversal.

> A relação de integração é aquela que constitui sentido, ela se caracteriza por ser uma relação de um elemento lingüístico de um nível com um elemento de nível superior. E não se trata de uma relação caracterizada pela segmentalidade. A integração se faz por uma relação transversal entre elementos diversos e a unidade à qual se reportam. A relação entre os elementos não é de contiguidade, não se marca pela direção da segmentalidade. (GUIMARÃES, 2011, p. 43).

Conforme o teórico, o enunciado se caracteriza por ter "uma independência relativa em relação às sequências linguísticas que com ele integram o texto" (Idem, p. 21). Nessa concepção o texto nos permite verificar os sentidos produzidos nas propagandas, nos enunciados em que funcionam, nos textos que constituem o *corpus*.

A constituição do *corpus* deste trabalho foi definida por um conjunto de três propagandas de curso de idiomas que ofertam o ensino de Língua Inglesa, vale esclarecer que essas propagandas são de escolas distintas, a saber: WIZARD, CULTURA INGLESA e CCAA, as mesmas foram retiradas da internet, e especificamente focam a oferta do ensino da língua Inglesa, e, veicularam também como propagandas impressas 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 das propagandas que formam nosso corpus, faremos a descrição da cena enunciativa, tomaremos os procedimentos de reescrituração e articulação para guiar nossas análises. Passaremos agora para a seção III com as análises dos enunciados.

SEÇÃO III

ANÁLISES DAS PROPAGANDAS

Mas a retórica é útil porque a verdade e a justiça são por natureza mais fortes que os seus contrários.
Aristóteles

A cena enunciativa agencia o falante, em Locutor no espaço de enunciação, de modo que as relações de argumentação se tornam próprias da cena enunciativa, Guimarães (2013, p. 271), relata que a construção argumentativa é "a apresentação pelo locutor para seu alocutário de uma relação de sentidos que orienta a direção do dizer, considerada como necessária". A partir de que o direito ao falar é dividido no espaço de enunciação, o teórico toma a argumentação como política já que o seu sentido não é persuadir e sim sustentar um lugar social. Assim, pela visão da "Semântica do Acontecimento", fica relevante definir a argumentação e ressaltar a caracterização daquele que argumenta.

É necessário considerar a constituição da cena enunciativa para definir o que é argumentação e quem argumenta. Guimarães (2002) analisa dois tipos de articulações: *conclusiva* e *concessivas* "que de um mesmo enunciado podemos concluir algo e o seu contrário. Não se trata, portanto, de uma relação veritativa ou demonstrativa". (Idem, p. 277)

Assim, o locutor apresenta para o alocutário a sua argumentatividade linguística, "a argumentatividade linguística é significada como uma orientação própria da relação do L -AL". (GUIMARÃES, 2013, p. 276).

Sendo assim, um mesmo enunciado pode ter mais de uma relação argumentativa e produzir sentidos diversos já que a cena enunciativa dilata o lugar social de locutor-x e o lugar de dizer de enunciador, "a diretividade do texto é uma construção do Locutor, mas a sequência do texto não significa simplesmente nessa direção, tanto que outras vozes falam". (IDEM, p. 281) Ou seja, "temos que pensar a questão da argumentação relativamente à complexidade da cena enunciativa". (IDEM, p.277)

Passemos agora para as análises das três propagandas selecionadas, em que será analisada a questão da argumentação, na própria complexidade da cena enunciativa. Em um primeiro momento, observaremos como se dá a configuração da

cena enunciativa e as divisões durante o agenciamento enunciativo, Locutor (L), locutor-x (l-x) e, Enunciador (E) e depois analisaremos as propagandas através dos procedimentos de articulação e reescrituração.

3.1 Nação Bilíngue

Figura 1 - Propaganda comercial da Empresa Wizard

Fonte: Site da empresa Wizard

A figura (1) extraída do site da empresa Wizard é uma propaganda que oferta o ensino da língua inglesa. Esta propaganda se configura no espaço de enunciação do Português do Brasil e foi vinculada na internet no site da empresa Wizard. Também é utilizada em outdoor e panfletos pelas franquias da empresa espalhadas pelo Brasil.

Começa com linguagem não verbal: uma mala amarela, com adesivos que mostram os principais e mais conhecidos marcos de interesse turístico de países de fala anglo-saxônica. Na mala também aparece uma frase de impacto "Promoção #nacaobilingue pelo mundo" e ao lado da mala a frase: "Esta é a hora de conhecer um destes lugares: TORONTO, BOSTON, CAPE TOWN, DUBLIN, NOVA YORK. Em seguida, o site da wizard.com.br/nacaobilinguepelomundo. Ao lado da mala existe um enunciado dentro de um carimbo, que simboliza um passaporte e junto outro enunciado dentro de um formato de carimbo que marca a língua inglesa como sendo um passaporte com acesso ilimitado para viajar.

Ao fundo, o cenário foi elaborado com a cor azul, e as letras com a cor branca, que também representam o logo da empresa, juntamente com as cores vermelha e azul. Estas cores, em conjunto ou separadas, fazem parte da bandeira de quase todos os países de língua oficial inglesa.

Inicialmente, nos atentaremos para a descrição da cena enunciativa da figura (1), e as divisões no recorte da propaganda, para melhor entender a cena enunciativa na sua relação com a enunciação, temos os seguintes enunciados:

a) A relação dos símbolos na propaganda

b) Promoção #nacaobilingue pelo mundo

c) Rematricule-se para concorrer a um intercâmbio! ou Matricule-se para concorrer a uma viagem!

d) Quanto antes se antecipar. Mas chances você tem de ganhar!

e) Esta é a hora de conhecer um destes lugares: (Toronto, Boston, Cape Town, Dublin, Nova York)

Retomemos o que se entende por cena enunciativa. De acordo com Guimarães (2002, p. 23), "Uma cena enunciativa se caracteriza por constituir modos específicos de acesso à palavra, dados as relações entre as figuras da enunciação e as formas linguísticas". Assim, a cena enunciativa é uma configuração e especificação, do espaço de enunciação. É pertinente destacar que tomaremos a propaganda vinculada na internet como um espaço configurado pelo agenciamento das figuras enunciativas.

De acordo com Guimarães (Idem), "L é então o lugar que se representa no próprio dizer como fonte deste dizer". Ou seja, neste caso, o Locutor fala predicado por um lugar social que, segundo o autor, é onde: "o locutor (com minúscula) sempre vem predicado por um lugar social que a variável x representa (presidente, governador, etc.)" (GUIMARÃES, 2002, p. 24).

A cena enunciativa está constituída em um espaço de enunciação de Língua Portuguesa do Brasil, o Locutor "se apresenta como origem do que se enuncia" (GUIMARÃES, 2011, p. 23). No agenciamento desta cena o Locutor publicitário (L) representa fonte do dizer, porém está afetado pelos lugares sociais que lhe permite dizer, que é agenciado pelo locutor-empresa Wizard (l-x escola), e, que, neste caso, o l-publicitário fala do lugar do l-Wizard, e, nesta cena se toma como perspectiva, nesse acontecimento, o enunciador-universal, que representa o dizer que caracteriza como válido para todos, global, representado, por exemplo, no dizer da ciência, do Estado. Vamos ver nos enunciados que o l-publicitário altera seu público conforme é agenciado pelo lugar de dizer.

Na propaganda o locutor-empresário (escola Wizard) quer que os alunos aprendam uma segunda língua: o inglês, mas um inglês impulsionado pelo desejo de

viajar e de entrar no mundo dos falantes de língua inglesa. Os futuros alunos teriam a possibilidade de entrar na Wizard/Brasil em uma nação bilíngue. O alocutário nessa cena enunciativa é o al-sociedade (consumidor /povo) no geral constituído pela variável alocutário-x, os alunos.

As propagandas aqui analisadas estão constituídas de linguagem verbal (o texto e a logomarca da empresa) e de linguagem não verbal (as imagens), que se misturam para dar a solidez semântica ao acontecimento da propaganda selecionada, da escola Wizard que oferta o ensino da língua inglesa. Na perspectiva da teoria da semântica do acontecimento, "a enunciação deve se dar num espaço em que seja possível considerar a constituição histórica do sentido" (GUIMARÃES, 2005, p. 08). Dessa maneira podemos caracterizar que a imagem pode ser considerada a partir da sua historicidade, pensando a partir de um memorável que a faz significar e produzir novos sentidos.

Segunda ZATTAR (2013), o memorável de enunciações realizadas,

> se constitui também de imagens já vistas, no acontecimento do dizer, considerando que o memorável, ao recortar a temporalidade de enunciações já ditas, faz funcionar o acontecimento que, ao retornar como algo já-dito, traz também recortes de imagens vistas, imaginadas, inscritas no memorável do acontecimento do dizer. (ZATTAR, 2013, p.33).

Pois, a linguagem não verbal significa a partir de rememorações de imagens já visualizadas que se reaviva num novo acontecimento do dizer, podendo ser um traço, uma sensação, uma sonoridade, uma imagem que "enquanto materialidades distintas, podem se confluir para dar o movimento semântico necessário ao acontecimento de linguagem no qual elas se constituem e são (re)constituídas" (ZATTAR, 2013, p. 34).

Nas relações de palavras e línguas, apresentadas nas propagandas das empresas ofertantes do ensino da língua inglesa, as imagens provocam sensações e desejos, ou seja argumentam no intuito de fazer com que os alunos estudem a língua inglesa nessas escolas e assim vão sendo constituídas de vários enunciados que se intercalam entre o texto e a imagem. Nessas propagandas retornam e protagonizam as cenas enunciativas que significam e projetam futuridade por um "acontecimento que tem um depois incontornável e próprio do dizer" (GUIMARÃES, 2005, p. 12). Passemos agora para as análises da figua (1).

a) A relação dos símbolos na propaganda

Percebemos nesse recorte (a) uma relação das imagens da mala, do avião (ao lado dos nomes das cidades que falam a língua inglesa) e do carimbo e nos remetem à ideia de viagem, que por sua vez é reescriturada por substituição desses símbolos através do termo “viagem”. Temos a seguinte paráfrase:

- ✓ Arrume a sua mala e vamos embarcar numa viagem com destino a um país de língua inglesa, garantimos o carimbo no seu passaporte.

No acontecimento, a língua inglesa determina o sentido de viagem representada pelos símbolos mala, avião, passaporte e carimbo; pela ideia que se estabelece nesta relação de sentido mesmo. Uma primeira questão que se coloca nesta observação é a própria homogeneidade dos sentidos da palavra “viagem”, que estão fixados na enunciação deste acontecimento. Assim, esse funcionamento de linguagem bastante particular vem direcionando a argumentação deste enunciado, pelo desejo de ir de viagem, porque quem estuda na Wizard faz viagem para um desses países de fala inglesa que provoca um sentido de liberdade para entrar numa nação bilíngue/Wizard. O sentido neste enunciado está marcado a partir da designação de viagem. A relação integrativa que o enunciado acima apresenta, onde escola determina o aprendizado da língua inglesa, determina a viagem para um país falante de língua inglesa, mostra que o

funcionamento de linguagem presente existente nessa propaganda entre o texto e as imagens, é que se constrói o sentido de viagem.

b) Promoção #nacaobilingue pelo mundo

O recorte acima apresenta uma imagem em que aparece a foto de uma mala. A mala, ao ser enunciada no acontecimento que enuncia a propaganda recorta como memorável o lugar de viagem, isto é, a mala é um objeto que diz sobre viagem. Esse dizer é predicado pelo enunciado "promoção #nacaobilingue pelo mundo", assim, o sentido para viagem é sustentado a partir de nacaobilingue, termo que reescreve por substituição Wizard. Essa direção semântica ganha forças ao ser predicada pelo globo mundi no centro da mala e as indicações enunciadas ao redor do globo mundi, as várias possibilidades de destinos para países de língua inglesa.

Desse modo, esse acontecimento de linguagem, a propaganda da Wizard, no presente do acontecimento apresenta pela sua temporalidade sua latência de futuridade, a possibilidade de novas enunciações como a de viajar para um desses países de língua inglesa. Em destaque temos a cor amarela representada como brasilidade, cor esta que recorta como memorável o Brasil, o lugar de onde o curso Wizard propõe a promoção. Nota-se que a propaganda se dá no espaço de enunciação da língua portuguesa do Brasil, e que existe uma disputa de palavras e línguas, o político presente neste funcionamento de linguagem.

Na enunciação do sintagma nominal "promoção #nacaobilingue pelo mundo", Guimarães (2009) vai chamar de "um grupo nominal (GN)". Temos nesse GN uma articulação de dependência, ela "se dá quando os elementos contíguos se organizam por uma relação que constitui, no conjunto, um só elemento" (GUIMARÃES 2009, p.51). É

interessante que nessa relação existe um símbolo da *hashtag* funcionando nesse enunciado, que conforme o autor:

> a organização das contiguidades linguísticas se dá como uma relação local entre elementos linguísticos, mas também e fundamentalmente por uma relação do Locutor (enquanto falante de um espaço de enunciação) com aquilo que ele fala". (GUIMARÃES, 2009, p.51)

Assim, todos os elementos contíguos desse enunciado organizam-se por uma relação constituindo nesse conjunto um só elemento, e, "#nacaobilingue pelo mundo" é atribuído à "promoção", onde: "é o Locutor, num acontecimento específico, que atribui, ou seja, que opera uma relação como essa, segundo o agenciamento ligado ao funcionamento das expressões". (GUIMARÃES, 2009, p.52).

Nessa articulação apresentada percebemos que o funcionamento de linguagem presente, promove o sentido de desejo de ir de viagem através da campanha "#nacaobilingue pelo mundo" instigando a al-sociedade adquirir o curso de inglês oferecido pela l-empresa para o aluno poder entrar numa nação/Wizard bilíngue (o mundo dos falantes de língua inglesa).

Podemos dizer que existe uma operação de predicação nesse caso, e temos a seguinte paráfrase:

- ✓ A promoção "#nacaobilingue pelo mundo" é uma oportunidade para se conhecer o mundo, oferecida pela Wizard.

Nessa paráfrase "#nacaobilingue pelo mundo" predica "promoção" que por sua vez, reescreve campanha por expansão. No mundo virtual a # *hashtag*, é o signo que direciona os usuários desse mundo a um determinado domínio. Ao aceder a um enunciado que tenha o signo, hashtag e as palavras que o locutor pretende colocar em evidência, ele, nos reencaminha para um hiperlink, onde as palavras pré-selecionadas são *chaves*. Por sua vez, um hiperlink, nos transporta para um número infinito de documentos onde as palavras *chave* estão reescritas, chegando ao resultado final que é um hipertexto.

Nessa direção podemos concluir que esse símbolo também está funcionando nesse enunciado e dizer que a "# *hashtag"* (símbolo) articula por dependência, pois, existe uma relação de dependência estabelecida entre esses elementos no enunciado. Pois "# *hashtag"* vincula sobre "nacaobilingue", constituindo uma única unidade, um

grupo nominal (GN) Segundo Guimarães (2009), “A articulação por dependência se dá quando os elementos contíguos se organizam por uma relação que constitui, no conjunto um só elemento”. (IDEM, p.51). Também percebemos que a “# hashtag” é um símbolo muito utilizado no mundo contemporâneo e tomou seu espaço na mídia em “#nacaobilingue” o símbolo “#” está especificando o acontecimento nessa operação. Consideramos que a “*# hashtag”* reescritura por condensação, pois esse elemento condensa todo o enunciado “#nacaobilingue pelo mundo”.

Desse modo, Guimarães (2009), explica que:

> a reescrituração é um procedimento que coloca em funcionamento uma operação enunciativa fundamental na constituição do sentido pelo acontecimento enunciativo. Uma de suas características fundamentais é que ela não é necessariamente uma operação entre elementos contíguos. O que a caracteriza é que ela é uma relação entre elementos à distância, que podem eventualmente estar contíguos (ou seja, a contiguidade não é o elemento que as caracteriza). (GUIMARÃES, 2009, p.51)

Assim, podemos dizer que a *hashtag* é um elemento que articula o enunciado “promoção #nacaobilingue pelo mundo”. Tem no centro da mala um globo mundi, e está sendo reescriturado por enumeração pelas imagens, (representada dentro da mala os países para viagem) ilustrada na cor amarela, funcionando como materialidade do dizer, e reescriturada por substituição por #nacaobilingue. Nesse sentido, o enunciado “promoção #nacaobilingue pelo mundo” está sendo reescriturado por elipse do termo “Wizard”, onde temos nação que reescritura Brasil. Podemos fazer a seguinte paráfrase:

- ✓ A Wizard no Brasil possibilita o brasileiro bilíngue pelo mundo.

Ainda, em “promoção #nacaobilingue pelo mundo”, observamos que a presença da *hashtag,* vem sendo utilizada nos meios midiáticos para promover certa interação entre o(s) internauta(s) e o assunto(s) de seu interesse. Nesse enunciado o l-empresa tenta criar uma interação maior entre a campanha/empresa versus assunto/sociedade. Compreendemos que o dizer do locutor-empresa nesta propaganda vem marcado pela argumentatividade, percebe-se através do procedimento de articulação e reescrituração, apresentado neste enunciado um sentido que marca a campanha de uma nação bilíngue, e o acontecimento presente neste funcionamento de linguagem é que aponta a argumentação posta neste enunciado.

Ainda na figura (1) temos uma imagem formada por uma mala amarela, que tem no centro a imagem de um globo mundi, acompanhada da *hashtag* no enunciado "promoção #nacaobilingue pelo mundo", destinadas ao apelo do l-publicitário, para ancorar a imagem ao assunto da postagem, na associação de *hashtag* "#nacaobilingue". A FN *nação* substantivo que vem adjetivado por *bilíngue* se configuram na pertinência enunciativa da hashtag que situa a propaganda no quadro da contemporaneidade.

Assim, a imagem composta pela mala e pelos ícones como cartão postal das cidades que têm como língua oficial a língua inglesa em consonância com a *hashtag*, constituem um "todo significativo". (DIAS, 2016b, p.199)

> as *hashtags* são formações articulatórias que remetem a um todo significativo, fincadas numa relação entre a memória do dizer e a sua atualidade, adquirindo dessa maneira a capacidade de ancorar imagens e marcar assuntos. (IDEM, p.199)

As imagens, na mala dos cartões postais junto com o globo mundi, dentro do globo a *hashtags*, recortam uma memória trazendo para o presente do acontecimento o sentido de viajar pelo mundo (dar volta ao mundo) e, consequentemente, viajaria aquele que adquirisse o curso para aprender uma segunda língua, o inglês.

Percebemos nesses traços o domínio referencial que sustenta o sentido na campanha, direcionando os alunos a uma viagem.

c) Rematricule-se para concorrer a um intercâmbio! ou Matricule-se para concorrer a uma viagem!

Nesse enunciado, pela representação de um locutor publicitário na perspectiva de um enunciador individual agenciado pelo lugar do dizer de locutor-x empresa Wizard (escola) dirige seu dizer a todo povo, pela marca do elemento "Matricule-se". Ao mesmo tempo, outro dizer é direcionado a outro lugar de dizer, e, pela marca do elemento "Rematricule-se", vemos que é direcionado a um público que já é aluno da escola. Aqui o enunciador coletivo direciona seu dizer ao alocutário-x - alunos.

No recorte "c", percebemos que existem dois enunciados que se articulam por uma relação de paralelismo. E podemos ver que a conjunção "ou" incide sobre os dois enunciados coordenados e também nos casos "rematricule-se" "ou" "matricule-se" tal como em "intercâmbio" "ou" "viagem". Podemos dizer que existe um polissíndeto se articulando como argumento a repetição da conjunção ou presente neste funcionamento

de linguagem e podemos criar a seguinte paráfrase: Rematrícule-se ou matricule-se na Wizard para fazer intercâmbio ou viagem.

Também podemos notar que o verbo "concorrer" aparece no enunciado no infinitivo e está posto nesse presente funcionamento de linguagem justamente como argumento, aparentemente parece estar apagado no enunciado, mas este apagamento existe como um argumento forte para que o alocutário não perceba que o aluno vai "concorrer" e não automaticamente ele vai "ganhar" uma viagem ou um intercâmbio e poderíamos dizer que o verbo funciona como um contra-argumento para passar despercebido no enunciado.

Segundo Guimarães (2009, p.52), "Um aspecto importante na caracterização das articulações é que elas não são meramente relações internas ao enunciado, mas relações de contiguidade que fazem do enunciado um elemento que se integra a um texto".

E podemos ver com as seguintes paráfrases:

- ✓Se fizer matrícula concorre a um intercâmbio ou uma viagem!
- ✓Se você se matricula concorre a uma viagem.
- ✓Se você se matricula poderá viajar para fazer um intercâmbio ou lazer.
- ✓ Se matricule para poder viajar.
- ✓Matricular-se na Wizard é fazer viagem.

Os termos nas paráfrases acima, "rematricule-se" e "matricule-se", reescreve matricula por substituição, tal como nos termos "intercâmbio" e "viagem" reescreve viagem. Este enunciado está grafado dentro de uma figura que representa um carimbo dentro de um passaporte, dando ideia de que o aluno deve fazer sua rematrícula *ou* matrícula para concorrer a um intercâmbio *ou* uma viagem. Percebemos uma relação de reescrituração por substituição de um termo pelo outro, e que reescreve por repetição a ideia de viagem, como substantivo, seja através de um intercambio *ou* uma viagem. Porém, aquele que já é aluno da Wizard, ele faz rematrícula e faz intercâmbio. E o novo aluno faz matricula e faz viagem.

Neste caso, fazer rematrícula ou matricula faz intercâmbio e faz viagem, e que temos a seguinte paráfrase "Fazer matrícula na Wizard é ir de viagem". Então temos uma reescrituração por definição de viagem. Notamos nesse acontecimento presente um funcionamento de linguagem que traz a ideia do passaporte para funcionar através

do sentido de viagem que vem significando em toda enunciação. É essa imagem do passaporte que determina o sentido da ideia de viagem.

d) Quanto antes se antecipar. Mais chances você tem de ganhar!

Nesse enunciado percebemos a relevância de em *quanto antes*. Se o aluno se apressar pode ganhar uma viagem. Vemos aqui, a princípio, que a organização repetitiva em torno desses elementos intensificam os sentidos de afirmação da ideia de viagem para atrair o aluno, e percebemos o poder da articulação utilizada na propaganda presente neste funcionamento de linguagem. O uso da figura de linguagem pleonasmo intencional, ao querer intensificar essa ideia de viagem, utilizando no enunciado o uso "quanto antes" e "Mais chances" estão postas aí como argumento enunciativo e não como argumento de persuasão, neste caso, os dois enunciados se articulam por uma relação de paralelismo. E "quanto antes" e "Mais" incidem sobre "antecipar" e "ganhar", produzindo assim uma operação argumentativa através dessa articulação por incidência. O advérbio mais está funcionando como intensificação de uma ação, se o aluno se rematricular *ou* matricular na escola de idiomas suas oportunidades serão maiores de conhecer um dos países falante de língua inglesa que figura nessa campanha. Se fizermos a seguinte paráfrase:

- ✓Se você se antecipar, mais chances você tem de ganhar um intercâmbio ou uma viagem.

Observamos que neste enunciado existe um l-publicitário na perspectiva de enunciador individual, podemos ver pela marca introduzida pelo uso conjunto de "se". E notamos uma reescrituração por elipse do sujeito (você/aluno), no enunciado "Quanto antes se antecipar", em "Mais chances você tem de ganhar!" o enunciado não traz o que o aluno pode ganhar, então temos uma reescrituração por elipse dos termos rematricule-se/matricule-se e intercâmbio/viagem. E podemos construir a seguinte paráfrase;

- ✓O quanto antes você/aluno fizer sua rematrícula ou matricula, mais chances você/aluno tem de ganhar um intercâmbio ou uma viagem.

e) Esta é a hora de conhecer um destes lugares: (Toronto, Boston, Cape Town, Dublin, Nova York)

No enunciado acima percebemos no espaço de enunciação da língua Portuguesa do Brasil, um funcionamento de linguagem presente nesse acontecimento, disputas entre línguas e falantes.

Existe uma relação de articulação, e de predicação neste enunciado ao perceber os nomes próprios de "cidades", estão enumerando o termo "lugares", e assim, eles atribuem sentido ao enumerado. Assim Guimarães (2009, p. 60) afirma que "O enumerado atribui sentido aos enumeradores". Pois "lugares/cidades", é que são enumeradas por "Toronto, Boston, Cape Town, Dublin e Nova York" então poderíamos fazer as seguintes paráfrases:

1. Agora é a vez de você/aluno conhecer uma destas cidades: "Toronto, Boston, Cape Town, Dublin, Nova York".

2. Agora é a hora de você/aluno conhecer um destes continentes: América do Norte (Toronto, Boston e Nova York), África (Cape Town) e Europa (Dublin).

Ou seja, poderíamos dizer que em (1) Toronto, Boston, Cape Town, Dublin, Nova York determina o sentido de cidade. E que em (2) Toronto, Boston e Nova York (América do Norte), Cape Town (África) e Dublin (Europa), determina o sentido de continente. Tanto em (1) como em (2), temos uma reescrituação por expansão enumerativa. Pois segundo Guimarães (2009), a

> [...] reescrituração, tanto reescrituração por expansão enumerativa quanto enumeração reescrita por totalização. Tal como conceituamos, a reescrituração é uma relação simétrica. Assim se *a* reescreve *b* então *b* reescreve *a*. Desse modo o efeito da expansão enumerativa ou da totalização de uma enumeração aparece como sentidos que se devem ao fato de que na expansão enumerativa a enumeração vem depois e na totalização a enumeração vem antes. Esses sentidos, então, têm a ver com o acontecimento da enunciação e não com uma relação todo/parte estabelecida por antecedência entre os termos que constituem uma enumeração. (GUIMARÃES, 2009, p.67)

Podemos dizer que neste caso a reescrituação por expansão está enumerando esses "lugares" no recorte (e), "cidades" em (1) e "continentes" em (2). Mostrando que o enumerado no caso, os nomes das cidades "Toronto, Boston, Cape Town, Dublin e

Nova York" é que dá sentido ao enumerado "lugares". Interessante ressaltar é que a cidade "Cape Town" está aqui grafada na língua inglesa, já que sua tradução é "CIDADE DO CABO", ela é uma cidade costeira da África do Sul. O que chama a atenção, é que se no Brasil ela é conhecida como cidade do Cabo, porque o locutor publicitário traduziu-a? Notamos que a argumentatividade presente no funcionamento de linguagem mostra para o aluno a necessidade, de saber uma segunda língua: o inglês. Portanto, observamos nesta análise as disputas das línguas e das palavras no espaço de enunciação do Português do Brasil, pois a:

> relação entre falantes e línguas interessa enquanto um espaço regulado e de disputas pela palavra e pelas línguas, enquanto espaço político, portanto. A língua é dividida no sentido de que ela é necessariamente atravessada pelo político: ela é normativamente dividida e é também a condição para se afirmar o pertencimento dos não incluídos, a igualdade dos desigualmente divididos. (GUIMARÃES, 2017, p.24)

Existe neste enunciado uma disputa de lugar entre as palavras e as línguas. No caso, deixar o termo "Cape Town" na língua inglesa significa uma questão política e produz sentidos sustentados pela tradução como argumento que se contradizem através desse conflito político intalado nesse dizer, pois os continentes: Europa e África, não significam tal como significa América do Norte. Podemos ver no próprio enunciado que o predominante são as cidades americanas, assim a língua inglesa americana está determinando qual será o ensino da língua inglesa nesta escola. É interessante ressaltar que o locutor-publicitário neste enunciado é agenciado pelo lugar de dizer. Poderíamos chamar esse lugar de "brasileiro americanizado", pois recorta um memorável de como América do Norte significa para o Brasil, não só um país que fala inglês, mas existe um sentido de relação política impregnada na cultura brasileira, e considera o continente, a Maior Potência do mundo. Notamos que quem enuncia o faz como enunciador individual, e está predicado por esse lugar de dizer.

Neste mesmo recorte, vem funcionando o elemento "ESTA" como determinante e indicador, pois se encontra próximo da própria pessoa que está falando, retomando o já dito na propaganda: este é o momento para viajar para um destes países, e colocam-se como os mais visitados por falantes que possuem uma segunda língua, o inglês. O pronome demonstrativo *Esta* vem reescrito por repetição, na combinação da preposição *de* com o pronome demonstrativo *este*, e vem determinando que o aprender da língua inglesa será um fator determinante para viajar. Neste caso, a sensação de imediato no

emprego desses termos “Esta” e “destes” é como se o aluno que fizer a matrícula viajará.

Nessa mesma direção, compreendemos que o verbo conhecer, empregado na forma infinitiva pode significar como argumento do sinônimo de dominar, para viajar para TORONTO, BOSTON, CAPE TOWN, DUBLIN, NOVA YORK é necessário dominar a língua inglesa como se esse fosse o passaporte de entrada nestes países falantes da língua anglo-saxônica. Podemos pensar porque o locutor-publicitário escolheu só esses lugares? E por que somente Dublin, que fica na Europa, as outras cidades são americanas? Enfim, o memorável recortado pelo brasileiro aqui é o inglês americano e não o inglês britânico. Percebemos a disputa entre as línguas num mesmo espaço de enunciação do Português do Brasil.

Nessa análise, os sentidos que permeiam esta propaganda se dão na disputa de línguas e falantes em um espaço de enunciação do Português do Brasil. Observamos a partir da propaganda que o enunciado vai dar “forma” a ideia do termo *viagem* que está determinada pela língua, dando sentido e funcionando por um dizer a partir da “forma” como o ensino da língua inglesa é significado nos acontecimentos da enunciação.

Podemos observar a relação que se dá entre a língua no espaço de enunciação, segundo Guimarães (2002, p. 16) “o homem está sempre a assumir a palavra, por mais que esta lhe seja negada” então, dizemos que o funcionamento de linguagem se dá no espaço de enunciação e é um acontecimento político.

Observamos no recorte **(e)** uma relação de língua num espaço, em que por si só é um ato político, pois as línguas se relacionam entre elas num mesmo espaço, em que temos a língua portuguesa - língua oficial do Brasil - em funcionamento, a língua portuguesa do Brasil que se relaciona com a língua inglesa, quanto no enunciado “Esta é a hora de conhecer um destes lugares: (Toronto, Boston, **Cape Town**, Dublin, **Nova York**)” percebemos esta relação com os nomes dos países falantes de língua inglesa (norte americana).

O l-publicitário traduziu Cidade do Cabo para Cape Town na tentativa de mostrar para al-sociedade o quanto é importante o saber uma segunda língua/inglês. Mas também traduziu parte do nome próprio da cidade de New York, para Nova York. Aqui fez o inverso, traduziu do inglês para português, evidenciando a tradução de New por Nova, promovendo assim uma identidade de um povo que reconhece a cidade luz por Nova York e não por New York. Percebemos aqui uma relação de política da língua (disputas de falantes e línguas num mesmo espaço de enunciação).

Dessa forma podemos afirmar que um espaço político constitutivamente está marcado através das disputas das palavras e das línguas. Entendemos por "político" "conflito entre uma divisão normativa e desigual do real e uma redivisão pela qual os desiguais afirmam seu pertencimento" (GUIMARÃES, 2002, p.16). A língua é afetada, pela exterioridade, no espaço de enunciação e empregada no funcionamento, no acontecimento por essa distribuição desigual aos falantes de uma determinada língua. Portanto, nesse enunciado existe essa disputa na relação da língua portuguesa do Brasil, com a língua inglesa, que vem marcada por uma divisão e que pela qual os falantes se identificam.

Notamos que o locutor-publicitário é agenciado pelo lugar do dizer, pois ele próprio, na perspectiva de enunciador individual, ao deixar a sua marca na hora de criar este enunciado, grafou todos os nomes das cidades na língua inglesa, mas deixou justo esta com partes de uma tradução feita para língua portuguesa do Brasil, pois ele reconhece New York como Nova York. Supostamente, se o locutor-publicitário fosse inglês ou de qualquer outro país, não teria traduzido New para Nova. Ao falar Nova York predetermina o recorte de um memorável do povo brasileiro que são reconhecidos como "americanizados" e que a reconhecem como cidade favorita. E de acordo com Guimarães (2007),

> É preciso observar, no entanto, que embora não se considere de antemão nenhuma realidade a que as palavras reportam, há um real que a palavra significa. E as palavras têm sua história de enunciação. Elas não estão em nenhum texto como um princípio sem qualquer passado. (GUIMARÃES, 2007, p.81)

Podemos considerar que o termo traduzido de New York para Nova York, vem funcionando como memorável de um povo brasileiro e, percebemos que essa palavra "Nova York" tem sua história de enunciação e significa para a sociedade brasileira. Podemos dizer então, o sentido de uma palavra não se forma de imediato, mas vai se constituindo a partir da forma como se relaciona com as outras e com seus falantes. Assim, os sentidos do dizer se constituem historicamente. Ao estudarmos uma palavra, não podemos isolá-la semanticamente, mas sim entender qual a forma de seus sentidos e como, às vezes, podem ser outros e também como ela se resignifica através da forma de como se estabelece nas relações enunciativas.

3.2 O Inglês Meia-Boca

Figura 2 - Campanha comercial da empresa Cultura Inglesa.

Fonte: site Rafiado não fale inglês meia boca

A figura (2), 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 (2):

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 (2), 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).

Assim, como na figura (1) a cena enunciativa na figura (2) está caraterizada 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 lucutor 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 deixar 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 esta 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 rescriturado 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 (2) 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 politico 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), diz que o acontecimento de linguagem se dá nos espaços de enunciação e que é um acontecimento político onde "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.

3.3 Os ícones americanos na campanha do ensino de língua inglesa

Figura 3 - Campanha comercial da empresa CCAA.

Fonte: site da empresa CCAA em novembro de 2015

A figura (3) foi extraída do site GINGERPIC (portfolio da CCAA). Nessa propaganda, a CCAA recorre à Jessica Alba, atriz e modelo Norte Americana e está acompanhada por um cidadão brasileiro aparentemente comum no sentido de não ser famoso, tendo como cenário um elevador do Empire State Bulding e sobre um fundo de cores escuras. Podemos no mínimo decifrar três ícones do cinema americano King Kong, E.T. the Extra-Terrestrial e Snakes on a Plane.

O rapaz se mostra bastante confiante, justamente por possuir uma fluência alta do Inglês e não se abala com os personagens aterrorizantes que os acompanham. Com a seguinte frase "Com o Inglês do CCAA, nada abala sua confiança". E ao lado da frase na mão de King Kong, o logotipo da empresa que segue os padrões anteriores, o uso do vermelho, azul e branco.

A publicidade em análise da figura (3) propõe-se a anunciar a oferta do ensino de língua inglesa. Notamos uma organização em termos enunciativos que remete à figura de um locutor (L) que pode ser visto como assimilado a alguém que representa a escola de idiomas. Nesta cena enunciativa percebemos a existência do l-publicitário, que criou a campanha para seu cliente, agenciado pela variável locutor-x empresa (l-x CCAA/escola), no desejo de promover seu curso de idioma, que por sua vez o alocutário sociedade (consumidor / aluno) é quem vai fazer sua opção ao adquirir o ensino da língua inglesa. Na perspectiva de um enunciador-universal. Para continuar nossas análises faremos a seguinte separação da figura (3):

a) **A relação dos símbolos na campanha**

b) **Com o inglês do CCAA nada abala sua confiança. Embarque no elevador.**

c) **CCAA**

Na figura (3) o cenário, mostra um elevador do Empire StateBulding e sobre um fundo de cores escuras, podemos no mínimo decifrar três ícones do cinema americano:

King Kong: filme norte americano de 1933, do gênero Fantasia e aventura, dirigido e produzido por Merian C. Cooper e Ernest B. Schoedsack.

E.T. the Extra-Terrestrial: filme estadunidense de 1982, dos gêneros ficção científica e drama, dirigido por Steven Spielberg

Snakes on a Plane: filme norte-americano de 2006, do gênero de terror e suspense, realizado por David R. Ellis e com Samuel L. Jackson e Nathan Phillips como atores principais.

Como se a cultura Americana não estivesse patente na propaganda, a CCAA recorre ainda a Jessica Alba, atriz e modelo Norte Americana idolatrada por milhares de seguidores em todo mundo, quer pela sua beleza física quer por seus trabalhos como atriz, por exemplo em: Quarteto fantástico, Sin City, etc. Podemos perceber na propaganda, uma atriz famosa que está acompanhada por um cidadão brasileiro aparentemente comum (alguém que não é do mundo dos famosos, representando aluno da CCAA), o jovem está encantado com a presença da atriz, se mostra bastante confiante, justamente por possuir uma fluência alta do Inglês e nem percebe a presença das personagens aterrorizantes que os acompanham.

Notamos com essa breve descrição da propaganda que existe uma relação de disputa entre as palavras e as línguas, podemos pensar, porque não utilizaram personagens de filmes produzidos no Reino Unido/Inglaterra? E porque não uma atriz Inglesa, por exemplo? E por que o suposto rapaz que se mostra na cena, como um desconhecido no mundo dos famosos? Mas o que é ser famoso? Neste acontecimento de enunciação temos aqui funcionando na linguagem o político, que segundo Guimarães é,

> a relação entre a língua e o falante, pois só há línguas porque há falantes e só há falantes porque há línguas. E esta relação não pode ser tomada como uma relação empírica. Por exemplo, no Brasil se fala Português, na França, Francês etc. Ou ainda, no Paraguai se falam o Espanhol e o Guarani. Esta relação entre falantes e línguas interessa enquanto um espaço regulado e de disputas pela palavra e pelas línguas, enquanto espaço político, portanto.
> Os falantes não são indivíduos, as pessoas que falam esta ou aquela língua. Os falantes são estas pessoas enquanto determinadas pelas línguas que falam.

> Neste sentido falantes não são as pessoas na atividade físico-fisiológica, ou psíquica, de falar. São sujeitos da língua enquanto constituídos por este espaço de línguas e falantes que chamo de espaço de enunciação. (GUIMARÃES, 2003, p.22)

Pois para Guimarães (2007) o espaço de enunciação é "decisivo para se tomar a enunciação como uma prática política", que ao falar é tomar a palavra num espaço dividido de falantes e línguas. Assim,

> Os espaços de enunciação são espaços "habitados" por falantes, ou seja, por sujeitos divididos por seus direitos ao dizer e aos modos de dizer. São espaços constituídos politicamente pela equivocidade própria do acontecimento: da deontologia que organiza e distribui papéis, e do conflito, indissociado desta deontologia, que redivide o sensível, os papéis sociais. (GUIMARÃES, 2003, p.23)

O espaço de enunciação nesta cena está marcado por essa disputa de falantes e línguas. Percebemos que ao utilizar ícones da cultura americana para ofertar o ensino da língua inglesa, por si só o político se dá neste espaço. Não utilizar outro lugar, como referência para afirmar a qualidade do ensino de língua inglesa na escola CCAA, significa recortar o memorável do cinema americano (com os filmes citados acima) e dos ícones americanos, (em especial a atriz Jessica Alba e os personagens famosos nos filmes como E.T./King Kong), para dizer que nesse enunciado se recorta, na verdade o memorável do inglês norte americano.

Desse modo o l-publicitário instiga a al-sociedade interessados em aprender o ensino de língua inglesa, através do sentido desses dizeres que já foram ditos, para significar neste presente funcionamento de linguagem o ensino do inglês americano. Mas uma coisa interessante, o que é ser famoso? Nesta cena, mais uma vez, recorta o memorável de "famoso", que funciona na sociedade ocidental, (aquele que possui fama, que é celebridade no meio mediático e numa sociedade). Essas referências, não são referências e sim nessa enunciação esses ícones americanos marcam uma temporalidade que se traduz, num elemento totalmente decisivo para a constituição dos sentidos desse acontecimento, portanto,

> [...] ela se configura por um presente que abre em si uma latência de futuro (uma futuridade), sem a qual não há acontecimento de linguagem, sem a qual nada é significado, pois sem ela (a latência de futuro, que, no acontecimento projeta sentido, significa porque o acontecimento recorta um passado como memorável. (GUIMARÃES, 2002, p. 12).

O memorável presente na figura (3) vem funcionando porque os brasileiros são "americanizados" e, ao utilizar os ícones americanos, projeta-se uma temporalidade nesse acontecimento de linguagem. Temos funcionando nesta cena enunciativa um presente, a campanha, um passado, o recorte do memorável (os ícones americanos) e uma latência de futuro, o ensino da língua inglesa norte americana da escola CCAA, que mostra claramente que tipo de variante da língua inglesa será ensinado nessa escola.

Para ressaltar a campanha, o King Kong traz em sua mão o logotipo da empresa que, como em quase todos os casos, prevalecem as cores vermelha, azul e branca.

O slogan vem confirmando todo cenário. Pode-se ler: "Com o Inglês do CCAA, ***nada*** abala sua confiança". Abaixo, um botão de chamada do elevador "Embarque no elevador" com um duplo sentido, o convite da empresa que incita a embarcar no mundo dos falantes de Inglês.

a) A relação dos símbolos na campanha

Percebemos em (a) uma relação de ideia por símbolos: os ícones do cinema / a imagem na porta do elevador do Empari State / a imagem do King Kong com o logo da empresa na mão / a imagem do botão vermelho para entrar no elevador / e a imagem do registro do elevador simbolizando o nível de inglês que se aprende na escola CCAA.

Podemos considerar que esses símbolos, por sua vez são reescriturados por expansão, pois eles estabelecem o mesmo sentido, representado pela confiança que a escola CCAA oferece aos seus alunos. Esse funcionamento de linguagem mostra no presente uma latência para futuridade na tentativa de fazer o aluno a entrar na escola CCAA para atingir o nível mais alto da língua inglesa e com isso nada vai abalar sua confiança.

Existe também uma relação da imagem na porta do elevador do "Empire State Building" com o King Kong levando o logo da empresa na mão, pois o filme recorta um memorável da narrativa do cinema americano, e nesta cena o King Kong sobe no Empire State e todos atiram nele, mas ele fica ali firme e forte com toda sua confiança. A ideia que vem funcionando neste acontecimento de linguagem é passar a confiança para os alunos que entram na escola CCAA, exatamente como na cena do filme onde King Kong permanece ali confiante. Esse acontecimento vem marcado pelo lugar de dizer dos falantes da língua inglesa na CCAA.

No acontecimento, o ensino da língua inglesa determina o sentido de confiança/autocontrole representada pelos símbolos, que pela ideia se estabelece nesta relação de sentido mesmo. A primeira questão que se coloca nesta observação é a própria homogeneidade dos sentidos fixados na enunciação deste acontecimento e que permite o sentido, a partir da designação de confiança marcada pela vontade, de aprender a língua inglesa, que se dá na relação com o próprio sentido das seguintes paráfrases:

- ✓ Entre na CCAA e aprenda até o mais alto nível da língua inglesa
- ✓ Aprenda a língua inglesa na CCAA e nada abalará sua confiança

b) Com o inglês do CCAA nada abala sua confiança / Embarque no elevador. CCAA

No enunciado, "Com o Inglês do CCAA, nada abala sua confiança". Notamos que o termo "com" incide sobre todo o enunciado e sobre o sujeito constituído como

GN “Inglês do CCAA”, temos aqui uma articulação por dependência em que CCAA é atribuído a Inglês. E poderíamos dizer que “Inglês é da escola CCAA” o que aparece neste enunciado é uma reescrituração por elipse do termo, “aprenda” e podemos parafrasear:

“Aprenda inglês do CCAA e não terá sua confiança abalada”.

Como se o inglês do CCAA fosse a única escola a oferecer o ensino de inglês completo, no mais alto nível de qualidade, e que as demais escolas não ofertam esse inglês de alto nível de qualidade.

No enunciado temos a preposição “com” que não funciona como preposição e sim como um conector argumentativo, que opera em relação ao ensino da língua inglesa agindo em continuidade com o adverbio “nada” que reescreve CCAA, vejamos a seguinte paráfrase:

“Para quem aprende inglês na CCAA, não existe a possibilidade de ter sua confiança abalada”.

E no enunciado “embarque no elevador”, podemos perceber a seguinte paráfrase:

- ✓ É só embarcar no mundo dos falantes
- ✓ Entre na escola CCAA e embarque no mundo dos falantes de língua inglesa

Podemos dizer que nessas paráfrases existe uma figura de estilo, a catacrese, com o termo “embarque”. Ao dizer “embarcar no mundo dos falantes” está sendo utilizado um estilo literário e figurado para dar sentido outro ao termo “embarcar” no mundo dos falantes, é dizer entre na escola CCAA e você/aluno entrará no mundo dos falantes de língua inglesa, isso é que está posto como argumentação neste funcionamento enunciativo.

Nos enunciados acima percebemos que “embarque no elevador” reescreve “embarcar no mundo dos falantes” e que vem reescriturando “entra na CCAA e embarque no mundo dos falantes de língua inglesa, e aprenda a língua inglesa para não ter sua confiança abalada”. E CCAA reescreve por repetição no enunciado como parte do texto e é a logomarca da empresa. CCAA não está posta no enunciado como uma

referência no texto, mas como argumentação através da redundância que constitui textualidade junto ao termo CCAA e a logo CCAA, produzindo sentidos no funcionamento enunciativo.

Assim, compreendemos através do agenciamento da cena enunciativa e sua argumentatividade, presente nas análises feitas com os processos de articulação e reescrituração, que a língua vem funcionado nas propagandas, no espaço de enunciação do Português do Brasil, e vive em constante disputa entre palavras e línguas com seus falantes, no real da língua e no sócio histórico, neste acontecimento o funcionamento de linguagem presente é bem particular, porém direciona sua argumentação utilizando os ícones do cinema americano que recorta um memorável dos três filmes citados acima que são clássicos do cinema americano conhecido mundialmente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho propusemos analisar como os sentidos permeiam as campanhas publicitárias da empresa Wizard, Cultura Inglesa e CCAA. 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 essas empresas privadas que funcionam num espaço de enunciação do Português do Brasil.

Os sentidos constituídos nas enunciações mediáticas apresentadas neste trabalho, percebemos que vivem em constantes disputas entre palavras e línguas com seus falantes, no real da língua.

Nas propagandas que compõem o nosso *corpus*, há uma relação das cores e das imagens, que produzem sentidos e significados do dizer, na hora de se relacionar com o texto verbal. Dessa forma observamos que essas propagandas de empresas (escolas de idiomas) que ofertam o ensino da língua inglesa nas suas relações com as cores e com os símbolos, significam nesses espaços de eunciação.

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 nessas relações de sentidos que perpassam esses espaços enunciativos, 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 verificar nas propagandas do nosso *corpus* a utilização como plano de fundo cores que realçam o logotipo da empresa, onde se destacam as cores vermelha e azul. Cores, 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, recortado enquanto memorável, por existir essa relação com a história da língua inglesa e a relação que se dá no espaço de enunciação do Português do Brasil.

As propagandas se associam às cores e aos símbolos de identificação para significarem nos espaços enunciativos através de uma memória, sendo que tais cores através das cenas enunciativas, são tomadas por um memorável da bandeira do Reino Unido, que é formado por quatro nações: Inglaterra, Irlanda do Norte, Escócia e Países

de Gales. Sua capital legalmente constituída é Londres, e também é a capital da Inglaterra.

Nas análises adotadas na figura (1), observamos através das diversas reescriturações nos enunciados, os sentidos articulados na ideia de "viagem". O funcionamento de linguagem presente nesta argumentação, provocado pelo intuito de produzir sentido na designação de viagem que permeia todo o texto, a um determinado grupo, seja o alocutário (povo) ou seu alocutário-x (alunos), interessados em aprender a língua inglesa, determinado que aquele que fizer rematrícula/matricula faz intercâmbio/viagem.

Interessante destacar que nesta enunciação o locutor não enunciou sempre numa mesma posição. Conforme o enunciado, o locutor redizia o já dito sempre agenciado por lugares diferentes, pois o aprender uma segunda língua, o inglês, levará o aluno a fazer "viagem" e ter liberdade no sentido de que poderá entrar nos países falantes da língua inglesa e conseguir seu visto de entrada, sem ser deportado, promovendo também através da *hashtag* uma "promoção #nacaobilingue pelo mundo", que vai se articulando e promovendo significação na cena enunciativa de que tornaria a Wizard/Brasil em uma nação bilíngue pelo mundo.

Na figura (2) notamos a questão da redundância como argumentação para tentar atingir o seu público alvo: os alunos pelo sentido do uso certo da língua inglesa, aquela imposta pela normativa. Também vimos na propaganda as diferenças linguísticas marcadas pela questão da Alteridade, pois a língua não é só um conjunto de regras, ela é, para a Semântica do Acontecimento, aquela que se constitui na enunciação e é considerada no seu funcionamento levando em conta a língua, o sujeito e a história.

Ficou marcado neste acontecimento, que a argumentação direcionou o funcionamento de linguagem nesta enunciação, numa disputa de falantes e línguas pelo espaço de enunciação. Presente no funcionamento da propaganda, no recorte enunciativo, tem como memorável a música pop rock representada pela imagem do astro Michael Jackson que traz para este acontecimento o aprender a falar o inglês correto de prestigio, o verdadeiro. Este funcionamento de linguagem direcionou toda a argumentação desta campanha da escola Cultura Inglesa.

Na figura (3), pela perspectiva enunciativa que as línguas e as palavras estão em constate disputa pelo espaço de enunciação, se dá a legitimidade da língua portuguesa do Brasil, assim como no acontecimento, o ensino da língua inglesa determina o sentido de confiança/autocontrole, representada pelos ícones americanos.

Na observação que é a própria homogeneidade dos sentidos, que está fixada na enunciação deste acontecimento, permitindo o sentido, a partir da designação de confiança vir marcado pela vontade provocada nos alunos de aprender a língua inglesa de alto nível.

Nesta campanha, percebemos que o enunciado do King Kong traz para o presente acontecimento a possibilidade de se falar inglês, pois ao utilizar a imagem do King Kong, um filme reeditado inúmeras vezes, ao ser enunciado na propaganda, esse recorte enunciativo recorta como memorável o lugar da narratividade do cinema americano, o lugar de conhecimento mundial que é de suma importância para o funcionamento desta propaganda, possibilitando que este funcionamento de linguagem direcionou a argumentação deste acontecimento presente.

Também não podemos deixar de ressaltar os símbolos e as cores que aqui significam, estão tomadas pelo dizer, pois fazem alusão ao já dito sobre elas, em todos os recortes analisados. Essas relações de sentidos que perpassam esses espaços enunciativos, 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 as propagandas se associam às cores, às 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 Wizard. Propaganda pela ideia de que para viajar pelo mundo é necessário o inglês.

Na escola Cultura Inglesa impõe na propaganda a questão do certo/errado e falso/verdadeiro na língua, tendo aqui uma questão de Alteridade, e na escola CCAA o político na língua é evidente. O fato de utilizar os ícones americanos 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.

As análises das três propagandas nos permitiram 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 das propagandas do nosso *curpus* "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 as propagandas 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.

Compreendemos nos enunciados esta disputa na relação da língua portuguesa do Brasil com a língua inglesa que vem marcada por uma divisão e pela qual os falantes se identificam no espaço de enunciação de Português do Brasil, ao enunciar no acontecimento: léxicos, imagens ou símbolos e línguas que predeterminam o recorte de um memorável sempre presente na nossa brasilidade com influência americana. Este trabalho nos leva a um Brasil sem fronteiras onde a disputa constante nas campanhas publicitárias pelo espaço da relação da língua inglesa com a língua portuguesa entra em disputa e contradição pelo o espaço de enunciação do Português do Brasil. Lembrando que para Guimarães (2002), existe uma definição de língua que considera uma separação de regularidades linguísticas que se constitui sócio- historicamente. Ainda o teórico confirma que a língua só entra em funcionamento quando é diretamente afetada pelas divisões e contradições, marcando assim um caráter político da enunciação.

As relações dos elementos linguísticos presentes nas propagandas, são marcadas por operações enunciativas que colocam em relação o Locutor com o que ele diz, e como vemos se deu no nosso próprio trabalho, "[...]acontecimento pelo agenciamento político da enunciação[...]". (GUIMARÃES, 2009, p.50). Pois o Locutor publicitário que escolhe os enunciados de uma maneira para dizer o que o locutor-empresa precisa para atingir seus consumidores (alucatários), porém "ele é agenciado a dizer pelo modo como as formas linguísticas se constituíram sóciohistoricamente e pelo modo como o espaço de enunciação distribui as línguas, e os modos de dizer e o que dizer, para seus falantes". (IDEM, p.50). Assim o Locutor está sempre predicado por um lugar de dizer. E mostra que o acontecimento nas três propagandas é o funcionamento da linguagem imposta na relação da oferta do ensino de língua inglesa que direciona toda argumentação.

Entretanto, a direção semântica construída pelas propagandas, toma o funcionamento de linguagem para direcionar sua argumentação, e nos levou a aspectos interessantes, a primeira propaganda mostra a questão da redundância como argumento da palavra viagem pressuposta no texto e nas imagens que integram esse funcionamento enunciativo. Também podemos ver as articulações de incidências e reescriturações de repetição, enumeração etc. e as palavras em inglês que permeiam toda a propaganda, produzindo um sentido da designação da palavra "viagem", por todo acontecimento

enunciativo, para significar no presente funcionamento de linguagem o sentido que se repete na forma de ofertar o ensino da língua inglesa através do desejo impulsionado de fazer viagem e entrar no mundo dos falantes de língua inglesa. Na figura (2) a campanha toma como argumentação figuras de linguagem como a metáfora "meia-boca" para pressupor o ensino da língua inglesa certa/verdadeira como se existisse o ensino de língua inglesa errada/falsa, observamos através das articulações e reescriturações principalmente do termo "falso" produzindo sentido no ensino da língua inglesa errada/meia-boca, para significar que o falso/errado não é verdadeiro/certo e que o ensino de língua inglesa certa e verdadeiro só é ofertado pela Cultura inglesa, mostrando nesse funcionamento de linguagem um contra-argumento para produzir significação.

Na figura (3) a propaganda está elencada pelos ícones americanos postos nesse funcionamento de linguagem como recorte do memorável do povo brasileiro, e os sentidos produzidos nesse acontecimento enunciativo pressupõe o ensino do inglês ofertado pela escola CCAA como o do mais alto nível de qualidade e que aquele que estuda inglês na CCAA nunca terá sua confiança abalada, pois está pressupondo aí que o domínio desse inglês levará o aluno a sempre ter confiança por falar essa língua. O que marcou esse acontecimento enunciativo foi a presença das palavras que significam historicamente e que retomam na sua temporalidade o já dito através de um memorável.

As três propagandas mostram no seu presente funcionamento de linguagem um procedimento de ofertar o ensino da língua inglesa, em que o funcionamento da língua posta nesses espaços de enunciação é por si só um acontecimento político. O político não é algo exterior à língua, muito pelo contrário, ele faz parte do funcionamento da linguagem.

Em 20 de dezembro de 1996, se cria a Lei 9394/96 Art.26, § 5 da Lei de Diretrizes e Bases- LDB, onde o ensino de língua Estrangeira se torna obrigatoriedade nas instituições de ensino brasileiras. Até então, o ensino de outras Línguas era facultativo, quer por parte das instituições de ensino, quer do próprio aluno. Por conveniência política deveria se ter optado pelo ensinamento da língua espanhola, considerando a proximidade geográfica com países falantes desta língua e como membros do MERCOSUL, opção esta que nunca se considerou, logo, não se pôs em prática. Porém com a medida provisória nº 746/2016 fica determinada a oferta de língua inglesa a partir do 6º ano. Em 2017 esta medida provisória é promulgada pela Lei nº 13.415 de 2017. Já no artigo 35-A § 4º da LDB, na grade curricular do ensino médio

inclui-se obrigatoriamente o estudo da língua inglesa, esta, permite também ofertar outras línguas estrangeiras, sendo que se dá preferência ao ensino do espanhol. Cabe salientar, que a Lei nº 13.415, de 2017, inclui o artigo 35-A § 4º da LDB.

O contexto histórico da língua inglesa mostra que seu ensino faz parte da grade curricular da Educação Básica e em muitos cursos Superiores, já que na contemporaneidade, aprender um segundo idioma, no caso o inglês, é uma necessidade.

Assim sendo, aprender o inglês para viajar ou aprender a falar corretamente como mais valia de autoconfiança, não se pode considerar como fatores determinantes para seu aprendizado. Já que a LDB diz que a educação básica é para todos, se subentende, portanto, que aprender a falar inglês deve ser para todos, assim como temos obrigatoriedade de aprender português, matemática etc. Percebemos com estas análises, que o funcionamento de linguagem, presente nas três propagandas, são peculiares, todas oferecem o ensino da língua inglesa como entretenimento, nenhuma ofereceu o ensino da língua como uma necessidade. Uma coisa interessante de ressaltar aqui, é que o político para Guimarães (2002), só entra em funcionamento através da linguagem, e nas análises das três propagandas ficou clara essa evidência, porém devemos ponderar as seguintes questões:

Se a obrigatoriedade do ensino da Língua Inglesa é constitutiva do nosso sistema educativo, por que se recorre, e por que existem inúmeras entidades privadas que ofertam este aprendizado?

Se a maioria dos alunos destas entidades frequenta ou frequentou as instituições de ensino, será que estas mesmas instituições cumprem a grade escolar imposta? Se o fazem, é de forma satisfatória, ou existe uma falha no sistema da educação para o ensino de língua inglesa?

Com estes questionamentos, podemos afirmar que neste espaço de enunciação, existe o contraditório. As análises mostram que os argumentos sustentados no texto em geral, são de “caráter político do funcionamento da argumentação”. (GUIMARÃES, 2008, p.100).

REFERÊNCIAS

ANSCOMBRE, J.C.; DUCROT, O. **La argumentación en la lengua**. Madrid: Editorial Gredos, 1994.

ARISTOTELES, **Arte retórica e arte poética**. Rio de Janeiro: Edições de Ouro, 1966.BATES, E. Language and context: the acquisition of pragmatics. New York: Academic Press, 1976.

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

BENVENISTE, Émile. **Problemas de linguística geral I**. Trad. de M. G. Novak e L. Néri. Campinas: Pontes, 1988.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de linguística geral II.** Trad. de Eduardo Guimarães et al. Campinas: Pontes, 1989.

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

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, Lei nº 13.145, de 16 de fevereiro de 2017. Altera a Leis nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2017.

_____. Ministério da Educação. **Base nacional comum curricular.** Brasília, DF: MEC, 2015.

CÂMARA, JR., J. M. **Princípios de lingüística geral**. 4. ed. Rio de Janeiro: Acadêmica, 1976. p. 333.

CAREL, Marion; DUCROT, Oswald. **La Semántica Argumentativa.** Una Introducción a la Teoría de los Bloques Semánticos: Edición literaria a cargo de María Marta Negroni y Alfredo M. Lescano. 1 ed. Buenos Aires: Colihue, 2005.

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.

DIAS, M. **Sete décadas de história:** Sociedade Brasileira de Cultura Inglesa. Rio de Janeiro: Sextante Artes, 1999

DIAS, L. F. ; SILVA, C. D. . **Os espaços de trabalho com a língua na pesquisa científica e no ensino:** as hashtags em pauta**.** In: Ana Maria Di Renzo; Ana Luiza Artiaga Rodrigues da Motta. (Org.). Ciência, língua e ensino. 1ed.Campinas: Pontes, 2016b, v. , p. 189-208.

DIAS, L. F. **Formações nominais designativas da língua do Brasil:** uma abordagem enunciativa. Letras, Santa Maria, v. 23, n. 46, p. 11-22, jan./jun. 2013a.

_____. A "linguagem cidadã" em questão: uma abordagem enunciativa. In: BRESSANIN, J. A. et alii. (orgs.). **Linguagem e interpretação**: a institucionalização dos dizeres na história. Campinas: Editora RG, p. 211-222. 2013b.

_____. Nomes de cidades de Mato Grosso: uma abordagem enunciativa. In: KARIM, T. M et alii. (orgs). **Atlas dos nomes que dizem das histórias das cidades brasileiras -** Um estudo semântico-enunciativo do Mato Grosso (Fase I). Campinas: Pontes, 2016.

DUCROT, Oswald. **Enunciação. In: Enciclopédia Einaudi**. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 1984.

_____. **Les mots du discours**. Paris: Minuit, 1980.

_____. **O dizer e o dito. Campinas**, SP: Pontes, 1987.

_____. **Polifonía y argumentación**. Conferencias del Seminario Teoría de la Argumentación y Análisis del Discurso. Cali: Universidad del Valle, 1988. ESOPO. Fábulas. São Paulo: Martin Claret, 2004.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo Gráfico:** técnicas de produção. São Paulo: Loyola, 1981.

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

GINGERPIC: portfolio CCAA. Disponível em: http://gingerpic.com/en/portfolio/ccaa-jessica-alba/. Acesso em: 31/01/2018.

GUIMARÃES, Eduardo. A Marca do Nome. **Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da UNICAMP** – NUDECRI. Campinas, SP. n. 9, 2003.

_____. **A palavra:** Forma e Sentido. Pontes. Campinas, 2007.

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

_____. **Análise de texto:** procedimentos, análises, ensino. Campinas, SP: Editora RG, 2011.

_____. Aquele que diz o que não diz – uma bibliografia de Oswald Ducrot. ***Entremeios*** **[Revista de Estudos do Discurso],** Seção Perfil biobibliográfico, Programa de Pós-graduação em Ciências da Linguagem (PPGCL), Universidade do Vale do Sapucaí, Pouso Alegre (MG), vol. 11, jul./ dez., 2015, p. 167-178

_____. 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.

_____. Dois modos de não dizer eu. In: ORLANDI, Eni. (Org.). **Discurso e políticas públicas urbanas**. Campinas: Editora RG, 2010 b.

_____. Domínio semântico de determinação. In: Guimarães, E. & M.C. Mollica. **A palavra.** Forma e sentido. Campinas, Pontes. 2007a.

_____. Espaço de enunciação, Cena enunciativa, Designação. **Fragmentum** (UFSM), v. 40, 2014b, p. 49-76.

_____. **Os limites do sentido:** um estudo histórico e enunciativo da linguagem. Campinas, Editora RG. 4 ed. 2010 a.

_____. **Os Limites dos sentidos.** Pontes. Campinas, 1995.

_____. Posfácio. Acontecimento e argumentação. In: _____. **Texto e Argumentação.** Campinas: Pontes. 2007b. p.203-216

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

_____. Semântica e Pragmática. In: Introdução Às Ciências da Linguagem**: A Palavra e a Frase.** Campinas, SP: Editora Pontes, 2006.

_____. **Semântica do Acontecimento**. Campinas-SP:Pontes.2002.

_____. **Semântica do acontecimento: um estudo enunciativo da designação.** Campinas-SP: Pontes. 2005.

_____. **Semântica do Acontecimento**: **um estudo enunciativo da designação.** 4 ed. Campinas-SP: Pontes. 2017.

_____. **Textos e argumentação. Um estudo de conjunções do Português.** Campinas-SP: Pontes. 1987.

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

_____. ZOPPI-FONTANA, Mónica; OLIVEIRA, Sheila Elias de. **Entrevista com Eduardo Guimarães.** Fragmentum (UFSM), v. 40, p. 13-48, 2014a.

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

OLIVEIRA, Luiz E.M. **A instituição do ensino das línguas vivas no Brasil:** o caso da língua inglesa (1809-1890). Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo-SP, 2006.

OLIVEIRA, Sheila Elias de. **Cidadania:** história e política de uma palavra. Campinas: Pontes Editora, RG Editores, 2006.

ORLANDI, ENI PUCCINELLI. **Análise De Discurso:** Princípios E Procedimentos. Campinas, SP: Editora Pontes, 1999.

_____. **Análise de discurso:** princípios e procedimentos. 6. ed. São Paulo: Pontes, 2005.

_____. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. In: **RUA -** Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da Unicamp- NUDECRI. Campinas/SP, nº 1, março, 1995.

_____. **Interpretação:** autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. 5. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2007.

PANTALEÃO, Olga. A presença inglesa. In: HOLLANDA, Sérgio. B. (org.). História Geral da Civilização Brasileira. **O Brasil Monárquico –** O Processo de Emancipação. 11ed., v. 1, tomo II. Rio de Janeiro: Editora Bertrand do Brasil. 2004. p. 64-99.

RAFIADO: Não fale inglês meia boca. Disponível em: http://www.rafiado.com/2010/01/nao-fale-ingles-meia-boca/ . Acesso em: 31/01/2018

RANCIÈRE. Jacques. **Os nomes da História**. São Paulo: Educ/Pontes,1994.

_____. **O desentendimento:** política e filosofia. Trad.: Angela Leite Lopes. Editora 34, 1996.

SILVA, F. J. ; VENTURA, A. . O sentido do masculino e do feminino na mídia exterior: uma análise de enunciados em camisetas. **Revista Philologus**, v. ano 22, p. 1470-1487, 2016.

SILVA, Zander Campos da. **Dicionário de Mareetiru; e propaganda.** Rio de Janeiro: Palias, 1976, p.208

VENTURA, A. A palavra poesia em Jakobson. **Estudos da Língua(gem) (Online)**, v. 13, p. 179-197, 2015.

VENTURA, A.; RESENDE, L. S. . A concessão da liberdade no Brasil escravista: os sentidos de liberdade em cartas de alforria. **Identidade! (Online),** v. 21, p. 04-17, 2016.

VOGT, Carlos. **O Intervalo Semântico**. São Paulo: Ática, 1977.

_____. **Linguagem, Pragmática e Ideologia**. São Paulo: Hicitec, FUNCAMP, 1989.

ZATTAR, Neuza. A corte portuguesa mudou-se ou fugiu para o Brasil? In: **Web Revista Discursividade**. Campo Grande/MS. 9. ed. Jan./Mai., 2012.
www.discursividade.cepad.net.br

ZATTAR, Neuza. Caixa 150 Anos: poupança e liberdade de escravos na segunda metade do século XIX. **Revista SIGNUM**: Estud. Ling., Londrina, nº. 16/1, jun., 2013.

_____. Os sentidos do dizer e do não dizer: no filme publicitário Caixa 150 Anos. **Línguas e Instrumentos Linguísticos.** Universidade Estadual de Campinas, Unicamp. Editora RG, jan./dez., 2013.

_____. **Os sentidos de liberdade do escravo da constituição do sujeito de enunciação**. Campinas: Pontes Editora, 2012.

ZOPPI-FONTANA, M. A arte do detalhe. In: **Webrevistadiscursividade**. Campo Grande/MS. 9. ed. Jan./Mai., 2012. Disponível em: www.discursividade.cepad.net.br Acesso em: 15/09/2017.

_____. **Os sentidos marginais**. Leitura teoria e prática 18. Mercado aberto. São Paulo, 1991.

_____. **Retórica e argumentação**. In: LAGAZZI-RODRIGUES, Susy; ORLANDI, Eni P. (Orgs.). *Discurso e textualidade*. Campinas: Pontes, 2006. p. 179-210.

Wizard. Promoção nação bilíngue pelo mundo. Disponível em: http://www.wizardfortaleza.com.br/noticias/promocao-nacaobilingue-pelo-mundo/. Acessado em 10/02/2017

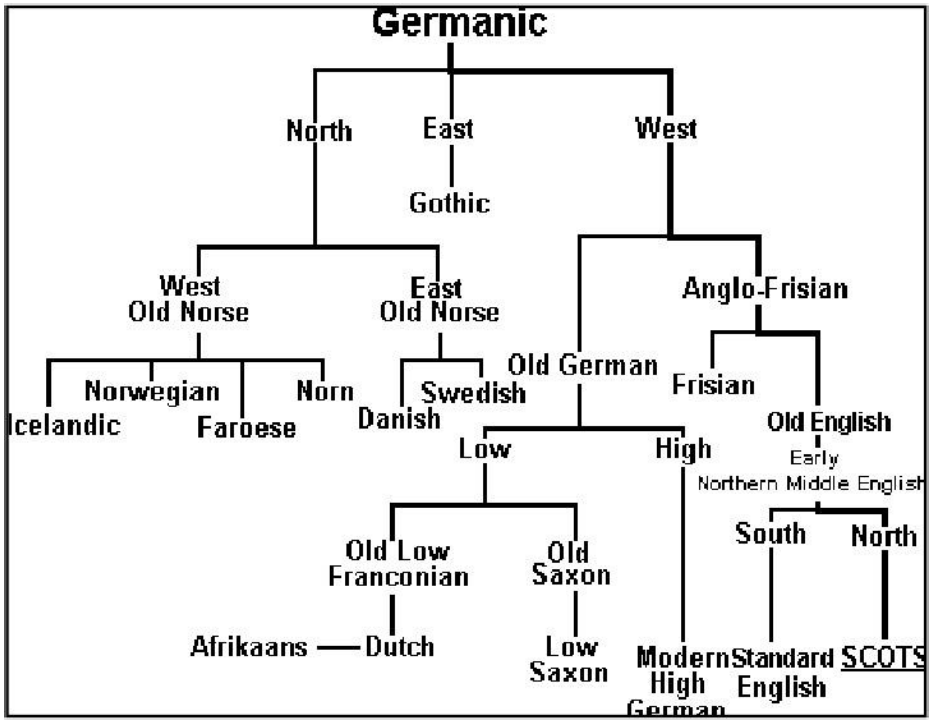
ANEXOS

Participação válida de 01/10/2015 a 14/12/2015, exclusiva para matrículas e rematrículas realizadas em cursos com vigência mínima de 1 ano, com início em 2016. *O prêmio "intercâmbio" é restrito aos alunos maiores de 16 anos. Imagens meramente ilustrativas. Consulte demais condições no regulamento pelo site www.wizard.com.br/nacaobilinguepelomundo. Certificado de Autorização CAIXA nº 6-1848/2015.
Promoção #nacaobilingue pelo mundo
ESTA É A HORA DE CONHECER UM DESTES LUGARES:
TORONTO
BOSTON
CAPE TOWN
DUBLIN
NOVA YORK
REMATRICULE-SE PARA CONCORRER A UM INTERCÂMBIO!* OU MATRICULE-SE PARA CONCORRER A UMA VIAGEM!
QUANTO ANTES SE ANTECIPAR, MAIS CHANCES VOCÊ TEM DE GANHAR!
Acesse para saber mais:
wizard.com.br/nacaobilinguepelomundo
Promoção válida de 01/10/2015 a 14/12/2015.

MAICON JAQUESON
O falso sempre deixa a desejar.
Não fale Inglês meia-boca.
Aprenda na Cultura Inglesa.
3267.5350 - Meireles
3254.7944 - Fátima
www.culturainglesa-ce.com.br
CULTURA INGLESA

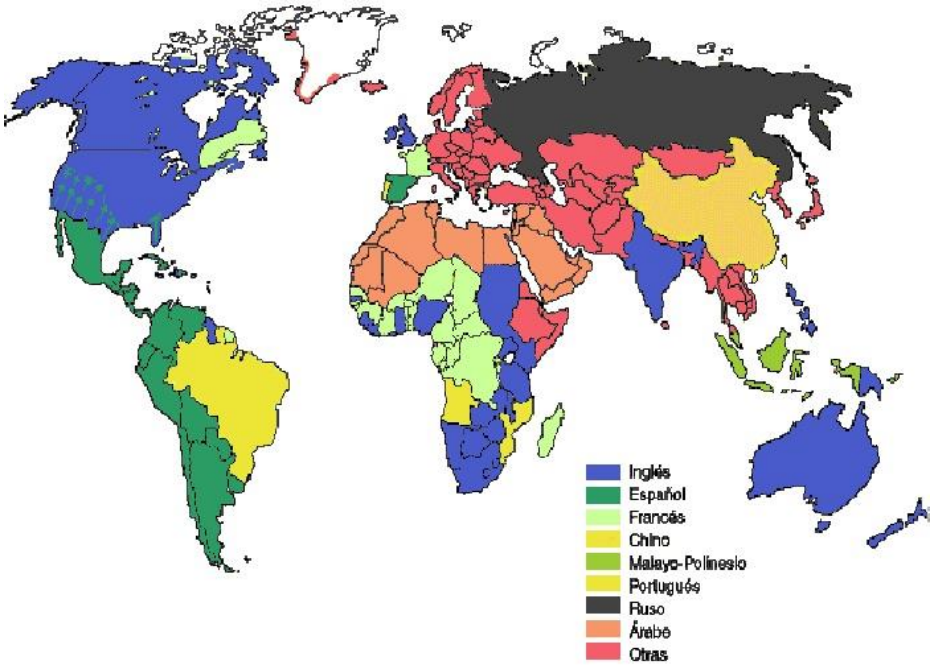
COM O INGLÊS DO CCAA, NADA ABALA SUA CONFIANÇA.
EMBARQUE NO ELEVADOR
CCAA

APÊNDICE A



Fonte: University of Toronto, English Department. © 2000 Andy Eagle;

APÊNDICE B



Fonte: Nation Master.com ©2008.