



Revista dos Cursos de Letras e do Programa
de Pós-graduação em Letras – Unifap

FLUXO DA SUBMISSÃO

Submissão do trabalho: 30/06/2025

Aprovação do trabalho: 8/08/2025

Publicação do trabalho: 14/08/2026

COMO SE CONSTRÓI UM MITO?

Uma análise dialógica da propaganda “Fale inglês com a Cambly”

HOW IS A MYTH CONSTRUCTED?

A dialogic analysis of the advertisement “Fale inglês com a Cambly”

Joelma Gomes Luz 
joelmaluzz@hotmail.com

Universidade do Estado da Bahia

Paulo Henrique Bonfim Scheidegge 
pauloscheideggeruneb@hotmail.com

Universidade do Estado da Bahia

COMO CITAR

GOMES LUZ, Joelma; BONFIM SCHEIDEGGER, Paulo Henrique. COMO SE CONSTRÓI UM MITO? Uma análise dialógica da propaganda “Fale inglês com a Cambly”. Revista Letras Escreve, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 123–137, 2026. Disponível em: <https://periodicos.unifap.br/letrasescreve/article/view/962>.

Resumo

Este artigo tem por objetivo analisar, sob a perspectiva da Análise Dialógica do Discurso (ADD), como a plataforma digital de ensino de inglês *Cambly* constrói discursivamente o mito do falante nativo em uma peça publicitária veiculada no *Instagram*. Para isso, apresenta-se um breve panorama histórico sobre as tensões e os desafios de aprender e ensinar inglês no Brasil, além de relacioná-lo com a crescente demanda de cursos de inglês pela população brasileira. Tendo como plano de fundo a ideia naturalizada de que o ensino de inglês das escolas regulares brasileiras não é suficiente para aprender a falar o idioma, a oferta e procura por cursos de idiomas no país têm crescido cada vez mais, até mesmo para crianças ainda na primeira infância, contribuindo para um cenário neoliberal que enfatiza a privatização do ensino e favorece classes mais abastadas. A metodologia de análise ancora-se no arcabouço teórico-metodológico da filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin (2018) ao compreender a linguagem como prática social constituída por valores ideológicos, históricos e sociais. Ademais, são discutidos os conceitos de signo ideológico, enunciado e palavra. O *corpus* foi escolhido a partir de um anúncio patrocinado no *Instagram*, pois a propagação do disucuso-mito do falante nativo em seu enunciado chamou a atenção. As análises dos enunciados verbos-visuais da propaganda apontam que os signos ideológicos são mobilizados a partir da relação destes com discursos neoliberais, utilitaristas e neocoloniais, o que reforça a idealização do nativo como modelo legítimo de falante de inglês. Ao discutir as implicações pedagógicas e ideológicas desses discursos, reafirma-se a importância de uma formação crítica de professores de inglês para a desconstrução de mitos associados à língua e para a promoção de práticas mais éticas e responsáveis.

Palavras-chave: Discurso; falante nativo; dialogismo.

Abstract:

This article aims to analyze, from the Dialogic Discourse Analysis (DDA) perspective, how the digital English learning platform *Cambly* discursively constructs the native speaker myth in an advertisement published on *Instagram*. To this end, we present a brief historical overview regarding the tensions and challenges of learning and teaching English in Brazil, along with the growing demand for English courses among the Brazilian population. Considering the naturalized idea that English teaching in regular Brazilian schools is not enough to achieve language proficiency, the supply and demand for language courses in the country have been steadily increasing, even for children in early childhood. This contributes to a neoliberal context that emphasizes the privatization of education and favors more privileged social classes. The analytical methodology is grounded in the theoretical and methodological framework of Bakhtin’s Circle (2018), which understands language as a

social practice shaped by ideological, historical, and social values. Additionally, the concepts of ideological sign, utterance, and word are discussed. The corpus was selected from a sponsored advertisement on Instagram, as the dissemination of the native speaker discourse-myth in its utterance drew our attention. The analysis of the verbal-visual utterances in the advertisement indicates that ideological signs are mobilized through their relationship with neoliberal, utilitarian, and neocolonial discourses, which reinforces the native speaker idealization as the legitimate model of English proficiency. By discussing the pedagogical and ideological implications of these discourses, this study reaffirms the importance of a critical teacher education in order to deconstruct myths associated with the English language, and for the promotion of more ethical and responsible practices. written by Mariana Muniz, Maurílio Rocha and Gabriela Christófar. The results show a diversity of reading perspectives present in the textbooks, which can be detrimental to teaching practices, since the oscillation between the different reading concepts makes it difficult to build a consistent teaching practice, since initial teacher training does not always provide the necessary tools to train teachers who are critical enough to review the order determined by the teaching materials.

Key words: Discourse; native speaker; dialogism.

1 Com palavras: a composição fundamental da interação discursiva

Desde o fim da Segunda Guerra Mundial temos vivenciado um cenário em que o uso da língua inglesa é cada vez mais dominante ao redor do globo, desde a comercialização entre países à institucionalização do inglês como língua oficial de organizações mundialmente importantes, como a ONU, por exemplo. Nesse cenário, a adoção da língua inglesa como língua de mediação não apenas entre cidadãos de diferentes países, como também por líderes de Estado e diplomatas tem contribuído para o fortalecimento da centralização do inglês como uma língua global (Crystal, 2003).

Nessa perspectiva, o ensino e a aprendizagem da língua inglesa ganham destaque e prestígio em países onde o inglês não é a língua nativa. No caso do contexto brasileiro, dominar idioma ainda é uma realidade distante para a maioria da população¹. Nesse cenário, também como consequência da crença naturalizada de que não se aprende inglês de qualidade em escolas regulares de educação básica, surgem as escolas de idiomas como um mercado que contribui para a elitização desse conhecimento, transformando-o em mais um instrumento de manutenção dos privilégios das classes mais abastadas (Sgola e Baumgärtner, 2024). As propostas dos cursos de idiomas, especificamente de inglês, prometem gerar oportunidades de desenvolvimento pessoal, acadêmico e profissional para a população local.

Ao conduzir uma pesquisa sob perspectiva discursiva, entendemos que ensinar, aprender e falar inglês não são atividades apenas cognitivas relacionadas à capacidade humana de aprender línguas adicionais, mas também são ações carregadas de significação e ideologias que influenciam na formação dos sujeitos. Assim, assumimos que ensinar, aprender e falar inglês são práticas sociais imbuídas de significados, dentre eles: a promessa de ascensão social, o sucesso no mercado de trabalho, a realização de sonhos e a construção de identidades, sobretudo a idealização de reprodução da identidade falante nativo, sobre a qual discutiremos ao longo deste artigo.

Portanto, o objetivo deste artigo é analisar como a plataforma de ensino de inglês *Cambly* constrói discursivamente o mito do falante nativo em uma peça publicitária da plataforma veiculada nas redes sociais. Para isso, utilizamos as contribuições teórico-metodológicas propostas na obra *Marxismo e Filosofia da Linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem* (2018).

Este artigo está organizado em quatro seções a seguir. Na primeira, apresentamos um breve panorama

¹ O estudo “Demandas de aprendizagem de inglês no Brasil” realizado pelo British Council (2014), por meio do Instituto de Pesquisa Data Popular, verificou que apenas 5,1% da população brasileira maior de 16 anos afirma possuir algum conhecimento de inglês, enquanto aproximadamente 1% autodeclara proficiência na língua em nível avançado.

<https://periodicos.unifap.br/letrasescreve/index>

do ensino de inglês no Brasil e discutimos as práticas publicitárias utilizadas pelas escolas de idiomas. Na segunda seção, tratamos da metodologia de base interpretativista e seus desdobramentos. Em seguida, analisamos a propaganda da plataforma *Cambly* veiculada no Instagram, baseados nos conceitos bakhtinianos de signo ideológico, enunciado e palavra. Na sequência são apresentadas as considerações finais.

2 Com história: de onde o discurso vem e para onde ele vai

Sgola e Baumgärtner (2024) ao pesquisarem um possível percurso histórico do ensino e aprendizagem de línguas estrangeiras (LEs) no Brasil desde o império aos dias atuais, discutem que a oferta de ensino das LEs no país sofreu diversas transformações, sobretudo, para atender as motivações político-ideológicas dos governantes, além de contemplar o contexto sócio-histórico em que cada reforma foi estabelecida. Desse modo, as autoras destacam o papel das LEs para a expansão dos negócios internacionais no Brasil Império, a manutenção das elites com a chegada da família real portuguesa no Brasil e a preservação das línguas de herança trazidas pelas comunidades imigrantes, especialmente no sul do país, por exemplo.

Após a redemocratização do Brasil, surge a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Brasil, 1996), a LDB, que propõe uma concepção importante para o novo cenário sócio-histórico, político e educacional brasileiro: a pluralidade de ideias e práticas pedagógicas, com vistas a garantir a educadores e estudantes que diferentes métodos, abordagens, recursos, avaliações e conteúdos sejam utilizados em sala de aula para prover uma educação de qualidade, já que no passado esses processos pedagógicos estavam reféns dos projetos político-ideológicos vigentes. No entanto, com a publicação dos Parâmetros Curriculares Nacionais, os PCNs (Brasil, 1998), os professores são orientados a concentrar os seus esforços em sala de aula para promover o desenvolvimento exclusivo da competência leitora. Ou seja, há na legislação um destaque à habilidade da leitura e da escrita (*reading e writing*) em detrimento das habilidades orais (*listening e speaking*).

Tal fator pode ser visto como um argumento em favor da proliferação dos cursos de idiomas, já que se propunha que as escolas regulares focassem nas habilidades escritas, as escolas de idiomas viriam para focar nas habilidades orais, o que reforça, mais uma vez, a ideia de que não se aprende a falar inglês nas escolas públicas. Para Passoni e Xxx (2015), no contexto do ensino de línguas, a naturalização dessa ideia fortalece a mercantilização do ensino de língua inglesa, especialmente no cenário neoliberal, em que há o incentivo à privatização que, por sua vez, agrega valor e qualidade àquilo que é pago. Esse cenário enfatiza as desigualdades nas oportunidades de acesso ao ensino e língua inglesa.

Do mesmo modo, Sgola e Baumgärtner (2024), reforçam a ideia de que a lacuna de desenvolvimento das habilidades orais são o alicerce sobre o qual a expansão da oferta de cursos de idiomas é firmada, uma vez que essas competências são, frequentemente, minimizadas ou negligenciadas nas escolas da educação básica.

O efeito prático da ausência de um ensino de LE de qualidade na escola pública foi sua elitização na sociedade. Verificou-se, a partir de então, o início de um processo de proliferação de cursos de idiomas pelo país, que transformou o aprendizado de outra língua em mais um instrumento das classes abastadas para a manutenção de privilégios sociais, em detrimento dos alunos de escolas públicas a quem tal conhecimento era negado (Paiva, 2003). A justificativa adotada para esse crescimento alicerçou-se na intensificação da crença de que não se

aprende LE nas escolas regulares (Sgola e Baumgärtner, 2024, p. 224).

Após diversos debates, o Ministério da Educação e Cultura (MEC) elaborou a Base Nacional Comum Curricular, ou BNCC, (Brasil, 2018) com vistas a construir um currículo nacional no qual seja garantido o desenvolvimento de uma grade curricular comum a todos os estudantes do país, além de uma parte diversificada do currículo, na qual são valorizados os aspectos culturais e regionais de cada parte do país. Nesse cenário, é importante ressaltarmos que, diferentemente dos PCNs que tinham caráter orientador, a BNCC possui caráter normativo e, portanto, deve ser seguida em todas as instituições de ensino da educação básica no Brasil, sejam elas públicas ou privadas.

Com base nessa compreensão, a BNCC normatiza e orienta todas as etapas da educação básica brasileira, desde a educação infantil até o ensino médio. No caso da língua inglesa, a BNCC, em concordância com a LDB, estabelece a oferta obrigatória desse componente curricular a partir do 6º ano do Ensino Fundamental, o que vai de encontro ao que tem sido praticado nas escolas privadas de educação básica, as quais ofertam aulas de inglês para seus alunos ainda na Educação Infantil (Kawachi-Furlan e Rosa, 2020). Além disso, a BNCC remove a obrigatoriedade da oferta de outras LEs como componentes curriculares nas escolas, o que nos permite interpretar essa postura como uma maneira de reafirmar o papel centralizador da língua inglesa na sociedade globalizada, uma vez que é introduzido também a perspectiva do Inglês como Língua Franca (Gimenez *et al.*, 2015) como posição pedagógico-ideológica.

De fato, o conceito de Inglês como Língua Franca se faz importante diante da expansão mundial da língua inglesa, cenário no qual já não mais se vê as mesmas margens nas fronteiras quando se trata de comunicação, troca e acesso à informação numa escala global. Seidlhofer (2011) define o Inglês como Língua Franca como qualquer uso do inglês na interação entre falantes provenientes de diferentes línguas maternas que utilizam a língua inglesa como meio de comunicação, sendo ela, frequentemente, a única opção para que haja efetivamente a comunicação.

Acerca disso, Duboc (2019) critica a BNCC por não deixar clara a sua filiação teórica de Inglês como Língua Franca, uma vez que sem uma definição específica ela pode ser entendida equivocadamente como uma língua neutra, escolhida de forma aleatória para ser utilizada como língua de comunicação entre indivíduos de nacionalidades distintas. No entanto, conforme os estudos em Linguística Aplicada evidenciam, não há neutralidade em se tratando de língua e linguagem, pois a língua é constituída pela ideologia (Faraco, 2009). Ademais, é importante mencionarmos que a língua inglesa, atualmente, possui o *status* de língua franca devido ao seu histórico de poder e dominação sobre as demais línguas e culturas, seja por meio da expansão científica, militar, econômica ou cultural.

Com base nesse breve percurso histórico do ensino e da aprendizagem de LEs no Brasil, podemos observar que o componente curricular “língua inglesa” adquire uma posição de privilégio sobre as demais línguas estrangeiras no país, o que reafirma a hegemonia do inglês e, portanto, abre espaço no bojo da sociedade civil para que sejam pensadas outras formas de ensinar, aprender e fazer parte desse fenômeno global que é ser falante da língua inglesa. É justamente essa a proposta oferecida pelas escolas de idiomas.

Nessa perspectiva, Rodrigues e Silva (2022), ao pesquisarem sobre a expansão da oferta de cursos de inglês para crianças ainda na primeira infância, afirmam que o número de buscas por cursos de inglês para crianças aumentou significativamente. Isso nos permite elucidar a ideia de que há uma demanda crescente por parte da sociedade pelos cursos de inglês para além da carga-horária já oferecida pelas escolas da educação básica, conforme apontam os pesquisadores:

É notável a amplificação por todo o território brasileiro das escolas de idiomas. Nos últimos anos, a procura por cursos de idiomas obteve um crescimento acentuado. De acordo com as projeções de dados do *Google Trends*, houve um aumento de 200% do final de 2020 até março de 2021 na busca por cursos de língua estrangeira (Rodrigues e Silva, 2022, p. 04).

Desse modo, entendemos que a demanda pelas escolas de idiomas não apenas tem aumentado como também se transformado ao longo dos anos, especialmente em se tratando de público-alvo, observável pela oferta de cursos de inglês para crianças ainda na primeira infância. Além de novidades nos serviços oferecidos em que há uma flexibilização pedagógica por meio do surgimento de cursos *online* de inglês, práticas de conversação com inteligências artificiais e aulas com tempo de duração reduzido com vistas a atingir o público que não dispõe de tanto tempo para participar das aulas regulares.

Conforme apontado inicialmente, aprender e falar inglês, quando analisados sob viés discursivo, adquirem significações que extrapolam os limites cognitivos. Acerca disso, Rodrigues e Silva (2022) argumentam ainda que dentre as justificativas para o aumento no interesse dos brasileiros por cursos de inglês para crianças está a crença de prover um futuro melhor para os filhos, sobretudo em relação ao mercado de trabalho, uma vez que os pais acreditam que “a aquisição dessa língua é uma ponte para o futuro dos filhos, em que se pode melhorar as futuras oportunidades na carreira da criança” (Rodrigues e Silva, 2022, p. 04).

Nesse sentido, observa-se que o real interesse de muitos pais é de preparar seus filhos para um possível destaque no mercado de trabalho e também um provável destaque acadêmico, haja vista que, conforme mencionamos na introdução deste artigo, apenas 5% da população brasileira maior de 16 anos autodeclara possuir algum nível de proficiência em língua inglesa. Perante a ótica discursiva, é importante destacar que discursos como o descrito por Rodrigues e Silva (2022) não são modos de pensar isolados, mas parte integrante de um discurso capitalista e utilitarista da educação, no qual ela só tem valor a partir de sua utilidade prática e retorno financeiro.

A partir deste enfoque, podemos também destacar o discurso-promessa de ascensão social, em que aprender inglês (ou qualquer outra língua adicional do norte global²) representa uma possibilidade de mudança de vida, de sucesso profissional e de desenvolvimento econômico. Conforme explica Garcia (2011, p. 90), “a língua e seu processo de aprendizagem são representados como via de acesso à cultura, e ao mercado do mundo global ou no âmbito do mercado de lazer”.

Ainda em perspectiva discursiva, Kawachi-Furlan e Rosa (2020), ao investigarem o mito do discurso “quanto mais cedo melhor” relacionado ao ensino e aprendizagem de inglês para/por crianças, verificaram que além do discurso descrito anteriormente, existem outros que ainda ecoam nos dizeres não apenas dos pais, como também de educadores. Isto posto, concordamos com as autoras ao defenderem que o ensino e a aprendizagem de inglês para/por crianças devem fazer sentido para elas agora e não para o seu futuro, pois elas são protagonistas de seu próprio processo de ensino-aprendizagem e não meros receptores de conhecimento, conforme argumentam as autoras:

² As línguas do norte global representam as línguas de prestígio, como: inglês, espanhol, francês, alemão, italiano.

Ao entendermos língua como prática social (Jordão, 2013), nos desvinculamos dessa ideia estrutural de língua como sistema a ser apreendido, memorizado e repetido, nos afastando também da falácia do que seja uma pronúncia parecida com a de um nativo (Kawachi-Furlan e Rosa, 2020, p. 10).

Desse modo, se a concepção de língua enquanto prática social (Jordão, 2013) direciona as práticas pedagógicas para uma perspectiva sociointeracionista, também a concepção de língua como produto/mercadoria é capaz de ditar aos professores como as suas atitudes em sala de aula devem ser tomadas. É nesse ponto de interseção que as propagandas atuam como locutoras daquilo que deve ou não ser feito em sala de aula, conforme argumenta Gonçalves (2021):

Diz o ditado que a propaganda é a alma do negócio. Acrescento, pois, que a ideologia é a alma da propaganda. As campanhas publicitárias têm como pano de fundo os princípios e ideologias que sustentam o trabalho das empresas, podendo isso ser feito de forma explícita ou não (Gonçalves, 2021, p. 02).

Portanto, a propaganda de cursos de idiomas adquire relevância no cenário educacional não apenas pelo seu estilo e composição enquanto gênero discursivo, mas também porque ela veicula os aspectos didático-ideológicos de uma instituição, podendo esta ser lida como um reflexo do projeto político pedagógico ou daquilo que se acredita ser a escola representada.

No ensaio *Os gêneros do discurso*, Bakhtin (2016) advoga que “cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso*” (Bakhtin, 2016, p. 12, grifos do autor). Dito de outro modo, as palavras de cada indivíduo são particulares porque expressam suas ideias, no entanto, as palavras de cada um só podem significar para o outro porque elas são utilizadas conforme os gêneros discursivos que mais lhes são adequados em cada situação.

Ao analisarmos o gênero discursivo propaganda, por exemplo, é possível verificarmos que frequentemente as escolas de idiomas utilizam um grupo de palavras-chave para compor os seus enunciados, como “fluência”, “aprendizado rápido”, “metodologia dinâmica”, “professores qualificados”, dentre outros. Nesse sentido, é importante mencionarmos que apesar de as palavras adotadas pelas empresas serem as mesmas, mesmo que por propagandas de escolas concorrentes, isso se dá pelo fato de que essas palavras se referem a um mesmo tema semântico do gênero discursivo propaganda.

Por outro lado, apesar de recorrentes, essas palavras também podem ser interpretadas como expressão particular de cada escola, se considerarmos a palavra como ato único e irrepetível de realização subjetiva. Portanto, ainda que palavras-chave como as apresentadas anteriormente sejam recorrentes em propagandas de diferentes escolas de idiomas, isso acontece porque essas palavras só podem estabelecer relação de sentido com o interlocutor porque estão inseridas dentro daquilo que se conhece socialmente como gênero discursivo propaganda, contudo não se limitam a comunicar uma mensagem, mas a expressar a ideologia particular de cada instituição, seus ideais e valores pedagógicos, por exemplo.

Barbosa e Di Fanti (2020), ao discutirem algumas considerações a respeito do estudo dos gêneros do discurso conforme a perspectiva Bakhtiniana, explicam que:

Um trabalho com os gêneros do discurso, sob esse enfoque, considera, entre outros tópicos, que os gêneros se organizam via construção de enunciados que se produzem e circulam em determinada esfera de atividade humana, por meio de um dado projeto de dizer do autor (locutor), endereçado a alguém (interlocutores reais ou presumidos), por meio de certas valorações ideológicas, com vistas a cumprir uma dada função social. Práticas que não contemplem essas questões, ainda que sejam legítimas em seus variados fins, não estão alinhadas à concepção de gêneros discursivos desenvolvida por Bakhtin e o Círculo (Barbosa e Di Fanti, 2020, p. 188).

Com base nessa compreensão dialógica de que as propagandas de cursos de inglês constituem um gênero discursivo, o qual serve para atingir determinadas funções comunicativas, sociais e ideológicas, é que são feitas as nossas análises na próxima seção.

3 Com o caminho: percursos analíticos na construção de sentido

A metodologia de pesquisa adotada para este trabalho é a interpretativista, uma vez ela possibilita que a linguagem seja estudada pela perspectiva da inter-subjetividade, isto é, das diferentes apreciações que um fato social pode abranger. Além disso, esse tipo de pesquisa também considera relevante para suas análises a re-interpretação de significados produzidos pelo homem na vida social, conforme aponta Moita Lopes (1994):

Na visão interpretativista, o único preço a pagar é a subjetividade, ou melhor, a intersubjetividade, os significados que os homens ao interagirem uns com os outros, constroem, destroem e reconstroem. E justamente a intersubjetividade que possibilita chegarmos mais próximo da realidade que é constituída pelos atores sociais - ao contrapormos os significados construídos pelos participantes do mundo social. O foco é, então, colocado em aspectos processuais do mundo social em vez do foco em um produto padronizado (Moita Lopes, 1994, p. 332).

É sob esta premissa que esta pesquisa se ancora, uma vez que o objetivo deste trabalho é analisar discursivamente a troca de sentidos acerca do mito do falante nativo em uma peça publicitária da plataforma de ensino online *Cambly* para construir, desconstruir e reconstruir significados com seus interlocutores. Além disso, foge do escopo deste estudo a tentativa de padronização dos resultados, isto porque os elementos capturados em nossas análises não são encerrados em si, mas são parte daquilo que nossas lentes foram capazes de observar. Em outras palavras, há sempre outro sentido a ser apanhado, há sempre outro modo de dizer e outras interpretações a serem feitas de um mesmo discurso.

Para compor o aparato teórico-metodológico de análise de discurso, utilizamos a Filosofia da Linguagem, construída pelo Círculo de Bakhtin, por entendermos que ela atua como lentes para enxergar o mundo social e não como uma cadeia de análise fechada em si mesma. Nesse sentido, as contribuições do Círculo fundamentam a nossa reflexão sobre língua e de linguagem numa perspectiva dialógica e ideológica e não apenas para executar um modelo rígido de procedimentos analíticos.

Além disso, os enunciados que compõem o *corpus* de análise são classificados, na Análise Dialógica do Discurso (ADD), como enunciados verbo-visuais, conforme explica Brait (2012):

O termo verbal é compreendido tanto na sua dimensão oral quanto escrita e visual, abrange a estaticidade da pintura, da fotografia, do jornalismo impresso, e a dinamicidade do cinema, do audiovisual, do jornalismo televisivo, etc. Nesse sentido, *o que ganha relevo é a concepção semiótico-ideológica do texto que, ultrapassando a dimensão exclusivamente verbal reconhece visual, verbo-visual, projeto gráfico e/ou projeto cênico como participantes da constituição de um enunciado concreto*. Assim concebido, o texto deve ser analisado, interpretado, reconhecido a partir dos mecanismos dialógicos que o constituem, dos embates e tensões que lhe são inerentes, das particularidades da natureza de seus planos de expressão, das esferas em que circula e do fato de que ostenta, necessariamente, a assinatura de um sujeito, individual ou coletivo, constituído por discursos históricos, sociais e culturais, mesmo nos casos extremos de ausência, indefinição ou simulação de autoria (Brait, 2012, p. 88-89, grifo nosso).

Dessa forma, parte-se do princípio de que os enunciados não podem ser analisados de maneira isolada sem que sejam consideradas as relações dialógicas estabelecidas entre texto e imagem, além das relações dialógicas estabelecidas entre enunciado e o contexto sócio-histórico em que ele foi produzido e é veiculado.

Como mencionado anteriormente, nosso *corpus* de pesquisa é composto por uma peça publicitária veiculada na internet, produzida pela plataforma digital *Cambly* que anuncia aulas *online* de inglês com tutores nativos. De acordo seu *website*³, a *Cambly* é uma plataforma digital de ensino de inglês *online* disponível tanto nas versões *website* quanto aplicativo. Ela se caracteriza por oferecer aulas de conversação individuais ou em grupos com tutores falantes nativos da língua inglesa. Para ingresso no curso, são necessários acesso à internet, uma câmera e um microfone. A plataforma afirma ser possível atender pessoas de todos os níveis de conhecimento em inglês, além de veicular a ideia de estar disponível todos os dias a qualquer horário.

A peça publicitária escolhida para a análise proposta aqui, foi difundida através da rede social *Instagram* em um anúncio patrocinado pela página @camblybrasil. Nesse sentido, cabe compreender que o alcance de um anúncio patrocinado no *Instagram* é definido pelo valor que o usuário do perfil na rede social investe na difusão daquela postagem; pelas características do público escolhido, como seleção de gênero e faixa-etária; e pela qualidade do anúncio, considerando aspectos como número de palavras e propriedades das imagens.

³ Informações disponíveis em: <<https://www.cambly.com/english?lang=pt>>. Acesso em: 12 de maio de 2025.

Quanto maior o investimento e mais bem definido o público, mais pessoas o anúncio tem possibilidade de alcançar.

A peça publicitária em questão nos alcançou na própria rede social por meio dessa difusão e seu enunciado imediatamente nos chamou atenção, não pelo serviço oferecido, mas justamente pelo posicionamento discursivo dado por meio da escolha de enunciados e imagens para ofertar ao público interessado em “falar inglês”. Este é, portanto, o motivo pelo qual esse *corpus* foi selecionado como objeto de análise discursiva, na medida em que pensamos ser possível desdobrar sentidos dos seus modos de dizer, de significar e de propagar um discurso específico sobre o ensino e a aprendizagem da língua inglesa.

Na obra *Marxismo e Filosofia da Linguagem: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem* (2018), Volóchinov recomenda algumas orientações para análise da linguagem em uma perspectiva dialógica, como:

- 1) Não se pode isolar a ideologia da realidade material do signo (ao inseri-la na “consciência” ou em outros campos instáveis e imprecisos).
- 2) Não se pode isolar o signo das formas concretas da comunicação social (pois o signo é uma parte da comunicação social organizada e não existe, como tal, fora dela, pois se tornaria um simples objeto físico).
- 3) Não se pode isolar a comunicação e suas formas da base material. (Volóchinov, 2018, p. 110, grifos do autor).

Nesse sentido, ao analisar a linguagem devemos considerar a natureza ideológica que constitui o signo linguístico. Com isso, nossa análise é direcionada para a compreensão do signo enquanto produto da criação humana e, portanto, ideológico. Isto é, não há neutralidade. Outro aspecto a ser considerado é observarmos as relações dialógicas entre os enunciados e os gêneros do discurso nos quais estão inscritos. Em outras palavras, compreendemos as relações dialógicas como “relações de sentido que se estabelecem entre enunciados, tendo como referência o todo da interação verbal e não apenas o evento da interação face a face” (Faraco, 2009, p. 65).

Com base nisso, investigamos, em nossas análises, como o enunciado produzido pelo locutor pode produzir possíveis significados a partir do gênero discursivo propaganda. Por fim, desenvolvemos essa observação a partir da consideração das interações discursivas dentro de seu contexto de produção sócio-histórico e da relevância desse plano de fundo para a produção dos significados. Vamos, portanto, à análise na seção seguinte.

4 Com o outro: a interação verbal como ponte entre sujeitos

A peça publicitária “Fale inglês com a Cambly” (2025), conforme é possível observar na Figura 01 abaixo⁴, apresenta uma imagem com fundo amarelo composta por uma colagem de três fotos: uma chamada de vídeo (provavelmente uma aula pela plataforma), uma captura de tela do aplicativo da *Cambly* sobreposta

⁴ Por ser uma publicação patrocinada pela *Cambly* na plataforma Instagram para ampla divulgação entre os usuários da rede social, não foi possível encontrar um *link* permanente que direcione o leitor à publicação contida na Figura 01, que se trata de uma captura de tela da rede social, uma vez que o patrocínio de conteúdo digital é limitado a um período de tempo contratado pela marca anunciante

ao fundo pelo que parece ser a imagem de um aeroporto. O anúncio dá um destaque maior para seu enunciado principal: “Não se limite a estudar inglês. Fale inglês!”, não somente pelo tamanho das letras, mas também pelo realce em “Fale inglês!”, que coloca em evidência o principal discurso da peça: falar inglês. Esse destaque e o uso do imperativo trazem à tona não somente a ênfase no falar, mas também uma tensão em oposição ao discurso de outras escolas que, supostamente, apenas ensinam inglês.

Figura 01 – Fale inglês com a *Cambly*.



Fonte: @camblybrasil, via Instagram (2025).

Já o enunciado seguinte, “Pratique com tutores nativos a qualquer hora e em qualquer lugar”, se trata de um discurso secundário, pois está em menor evidência com letras menores, sustentando a força do discurso primário que é falar inglês. O uso do verbo no imperativo sugere que não basta estudar, é preciso praticar de fato a fala, peso que o discurso sustenta em tutores nativos, dando ênfase ao discurso-mito do falante nativo como modelo ideal de fala.

Por sua vez, o enunciado final “R\$98/mês! Comece AGORA por R\$55/mês”, mostra que está em oferta um valor promocional para o interlocutor garantir a oportunidade de pagar um valor abaixo do regular para falar inglês, deixando em voga um tom de imediatismo para o processo de aprendizagem, enfatizado não apenas pelo uso do imperativo, mas também pelo destaque em caixa alta para a palavra “AGORA”, bem como sugere uma suposta solução para empecilhos financeiros no alcance dessa meta. O preço anunciado indica que a peça deseja alcançar interlocutores com pouco poder aquisitivo e, a julgar pelo perfil apresentado na imagem, o público alvo em questão parece ser jovem e despojado, com um estudante expressando alegria, possivelmente pela possibilidade de finalmente falar inglês por um preço baixo com um(a) tutor(a) que, por sua vez, mostra um aeroporto ao fundo, sugerindo que o falar inglês dá possibilidade a realização de viagens.

Esse é um contexto frequentemente observado nos perfis brasileiros da rede social, em que há diversas páginas de jovens que retratam rotinas de viagens internacionais, com os melhores cliques e diversos tipos de

dicas que buscam influenciar outros a seguirem suas sugestões e destinos. Situação em que falar inglês é visto como uma habilidade fundamental. No entanto, os ambientes em que os alunos-personagem estudam, no contexto dessa peça, não se harmonizam com a proposta de um curso de custo popular, uma vez que, se a oferta se dirige a um público que busca pagar um valor abaixo do praticado no mercado para acessar o ensino de inglês, é plausível supor que esse mesmo público não disponha de recursos financeiros para realizar viagens internacionais.

Ao conceber a relação fundamental entre o signo linguístico e a ideologia, Volóchinov (2018) advoga que “tudo o que é ideológico possui significação signica” (Volóchinov, 2018, p. 93). Em outras palavras, interpretamos que tudo aquilo que pode ser criado e/ou representado semioticamente pelo homem é um produto da ideologia, possui significado e, portanto, é um signo ideológico.

Com base nessa compreensão, partimos do ponto de que os signos apresentados nas peças publicitárias não podem ser interpretados apenas na relação significado-significante, mas pela sua natureza fundamentalmente ideológica, ou seja, a partir das possibilidades de significação produzidas pela interação locutor e interlocutor.

Além da realidade ideológica do signo, Volóchinov (2018) defende ainda que “a compreensão de um signo ocorre na relação deste com outros signos já conhecidos” (Volóchinov, 2018, p. 95). Essa compreensão é fundamental para a interpretação da Figura 01 uma vez que para entender que a propaganda se trata de aulas de inglês *online* “a qualquer hora e em qualquer lugar”, primeiro o interlocutor precisa entender que as interações (no caso, as aulas) são possíveis por meio de uma chamada de vídeo. Quer dizer, é necessário ter conhecimento a respeito de como essa forma de interação funciona e quais benefícios ela pode oferecer.

Já a captura de tela convida o interlocutor a se lembrar da praticidade do *smartphone* e da flexibilidade que ele pode proporcionar tanto para a vida no século vinte e um, quanto para os estudos da língua inglesa. Isso porque, como é um dispositivo móvel, pode ser levado para qualquer lugar, facilitando o acesso ao aplicativo em curtos intervalos de tempo caso tenha conectividade à internet.

No lado esquerdo da Figura 01, observamos o enunciado “Não se limite a estudar inglês. Fale inglês! Pratique com tutores nativos a qualquer hora e em qualquer lugar”. Cabe ressaltar que, de acordo com a plataforma, 100% se seus tutores são falantes nativos de inglês, ou seja, não necessariamente são professores habilitados na área, ainda que exista a possibilidade de que alguns tenham essa formação, este não é um pré-requisito para se habilitar como tutor. Quanto ao enunciado, compreendê-lo como uma resposta a outros enunciados previamente estabelecidos no repertório do interlocutor, conforme aponta Volóchinov (2018):

Todo enunciado, mesmo que esteja escrito e finalizado, responde a algo e orienta-se para uma resposta. Ele é apenas um elo na cadeia ininterrupta de discursos verbais. Todo monumento continua a obra dos antecessores, polemiza com eles, espera por uma compreensão ativa e responsiva, antecipando-a” (Volóchinov, 2018, p. 184).

Dessa forma, as palavras do enunciado “Não se limite a estudar inglês. Fale inglês!” desempenham o papel de elo na cadeia discursiva, uma vez que no Brasil os índices de falantes de inglês como língua adicional são baixos e existe no imaginário popular um discurso-mito de que “no Brasil não se aprende inglês”, gerado especialmente pela noção previamente mencionada de que o inglês ensinado nas escolas regulares do país não é suficiente para a aprendizagem da habilidade oral do idioma. Desse modo, interpretamos que uma possível

intenção do locutor ao adotar essas palavras em seu enunciado seja a de promover, discursivamente, o mito do falante nativo, ainda que a palavra “nativo” não tenha sido dita nesse enunciado.

Essa compreensão ocorre por meio das relações entre o enunciado e as formas da base material, isto é, pela sua inserção em um contexto sócio-histórico. É importante ressaltarmos que tradicionalmente ser falante de inglês está associado a utilizar a língua inglesa seguindo os padrões de uso de falantes nativos dos Estados Unidos e da Inglaterra, o que novamente nos conduz ao mito discursivo do falante nativo ideal. Endossando esse ideal, Moita Lopes (1996) observou, por exemplo, que no contexto do ensino de inglês no Brasil existe uma tendência de quase adoração às culturas de língua inglesa, principalmente da cultura norte-americana, aspecto que levaria essa problemática para além da reprodução do modo de falar.

Leite *et al.* (2020, p. 6) explicam que “o mito do falante nativo implica a homogeneização do grau de conhecimento e acuidade da língua materna, em que o nativo é capaz de dizer tudo em sua língua, pois faz parte de sua natureza”. Nesse cenário, o papel de falante de inglês como língua adicional é ser um representante da língua e da cultura dos países mencionados fora de seus territórios, como se fossem embaixadores da língua e da cultura do outro. Além desse fator, outro perigo da reprodução dessa ideologia invisível é sinalizado por Leite *et al.* (2020):

O desejo de falar como um nativo, propagado também pela mídia, pode ser o cerne de muitos abandonos dos estudos da língua inglesa, de fracassos no aprender, de frustrações de alunos. Isso porque, uma vez que o padrão da língua a ser alcançado é o do nativo e este se mostra impossível, o aluno tende a entender que nunca terá um nível alto de proficiência da língua, já que se compara a um ideal de perfeição inatingível (Leite *et al.* 2020, p. 7-8).

No bojo dessa problemática, Garcez (2008) questiona a construção identitária do sujeito bilíngue “quem sou eu nesse mundo? quais são os limites do meu mundo? quais são as minhas comunidades de atuação? onde está essa língua? de quem é essa língua? para que serve essa língua? o que é que essa língua tem a ver comigo?” (Garcez, 2008, p. 54). Essas questões dão possibilidades para expandir e problematizar as discussões que emergem da interação discursiva, pois elas provocam no interlocutor outras maneiras de produção de significados do enunciado “Fale inglês”, o permitindo ir além da aceitação naturalizada do “falar inglês” como reprodução de um ideal ou como obrigação de um mundo globalizado.

Concluimos, portanto, que a palavra deve ser compreendida, como uma ponte entre o locutor e o interlocutor, conforme aponta Volóchinov (2018), “a palavra é uma ponte que liga o eu ao outro. Ela apoia uma das extremidades em mim e a outra no interlocutor. A palavra é o território comum entre o falante e o interlocutor” (Volóchinov, 2018, p. 205). Ante essa perspectiva dialógica, responsiva e responsável é que podemos compreender as palavras da Cambly (2025) não apenas como invólucro que contém uma mensagem a ser entregue ao seu destinatário, mas como elemento constituinte da relação com o seu interlocutor.

5 Como de desconstrói um mito? Um convite à tomada de atitude

Nosso objetivo com esse estudo foi analisar discursivamente uma peça publicitária da plataforma de ensino de inglês Cambly, a fim de compreender como a empresa constrói, numa perspectiva discursiva, o mito

do falante nativo. Por meio das análises apresentadas, foi possível concluir que a plataforma de ensino *Cambly* reforça explícita e implicitamente o mito do falante nativo em suas práticas de *marketing*. É importante ressaltarmos que esse posicionamento da empresa se constrói discursivamente. Ou seja, a construção não se dá por meio de uma mera escolha vocabular, mas pela negociação de sentidos na interação entre locutor e interlocutor diante de uma gama de interpretações possíveis.

Nessa perspectiva, não se sustenta um mito ideológico sozinho, mas coletivamente, por meio de palavras e conceitos previamente compartilhados. Essa compreensão dialógica da linguagem nos permite entender que a construção do discurso não está sob responsabilidade do locutor apenas, mas do interlocutor também. Afinal, um interlocutor entende uma mensagem a partir de seu ponto de vista que, por sua vez, está amparado por seu contexto sócio histórico e cultural. Dessa forma, responder a enunciados como os discutidos neste trabalho significa tomar parte na interação e tornar-se responsável por esses discursos que são construídos e legitimados socialmente.

Como defendido em nossas análises, não existe nenhum enunciado adâmico ou que seja o último, pois estamos em ininterrupto diálogo. Dessa forma, advogamos que uma forma de combater o discurso neocolonizador da plataforma de ensino é promover a formação de professores de inglês crítico-reflexivos que serão capazes de produzir outras maneiras de significação dos discursos de opressão e alienação.

Além disso, ressaltamos a possibilidade de pensarmos – dialogicamente – caminhos para a publicidade responsável, uma vez que, conforme discutido ao longo do estudo, aprender e falar inglês envolvem significados sociais que de alguma maneira afetam as emoções, os sonhos, dos aprendizes que, muitas vezes, idealizam a aprendizagem de língua adicional como única possibilidade de ascensão social, especialmente em se tratando das classes menos favorecidas.

Por fim, destacamos também a importância do desenvolvimento de pesquisas que se proponham a refletir as (des)construções de identidade de falantes de línguas adicionais enquanto sujeitos bilíngues que existem em um mundo globalizado e as mobilizações de sentidos que a construção, desconstrução e reconstrução dessas identidades podem provocar.

Referências

BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso**. Organização, Tradução, Posfácio e Notas: Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2016.

BARBOSA, V. F.; DI FANTI, M. G. C. Notas sobre gêneros do discurso em Bakhtin, Volóchinov e Medviédev. In: ROCHA, D.; DEUSDARÁ, B.; ARANTES, P.; PESSÔA, M. (Orgs.) **Pesquisar com gêneros discursivos: interpelando mídia e política**. Rio de Janeiro, Editora Cartolina, 2020, p. 185-200.

BRAIT, B. Construção coletiva da perspectiva dialógica: história e alcance teórico-metodológico. In: FIGARRO, R. (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 79-98.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**: Educação é a base. Brasília: MEC/SEB, Conselho Nacional de Secretários de Educação - CONSEED. União Nacional dos Dirigentes Municipais de Educação - UNDIME. 2018. Disponível em: https://www.gov.br/mec/pt-br/escola-em-tempo-integral/BNCC_EI_EF_110518_versaofinal.pdf. Acesso em: 10 de maio de 2025.

BRASIL. Lei n.º 9.394, de 20 de dezembro de 1996. **Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional**. Diário Oficial da União. Brasília, 23 de dez. de 1996. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm. Acesso em: 10 de maio de 2025.

BRASIL. Secretaria de Educação Básica - Ministério da Educação. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Terceiro e Quarto ciclos: Língua Estrangeira**. Brasília, MEC/SEF, 1998. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/pcn_estrangeira.pdf. Acesso em: 10 de maio de 2025.

BRITISH COUNCIL. **Demandas de aprendizagem de inglês no Brasil**: elaborado com exclusividade para o British Council pelo Instituto de Pesquisa Data Popular. Online. São Paulo. 2014. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/demandas_de_aprendizagempesquisacompleta.pdf. Acesso em: 08 de maio de 2025.

CAMBLBY. **English tutors online**. Disponível em: <https://www.cambly.com/english?lang=pt>. Acesso em: 12 de maio de 2025.

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

DUBOC, A. P. M. Falando francamente: uma leitura bakhtiniana do conceito de “inglês como língua franca” no componente curricular língua inglesa da BNCC. **Revista da ANPOLL**, v. 1, n. 48, p. 10-22. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.18309/anp.v1i48.1255>. Acesso em: 10 de maio de 2025.

FARACO, C. A. **Linguagem e Diálogo: as ideias linguísticas do Círculo de Bakhtin**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

GARCEZ, P. M. Educação linguística como conceito para a formação de profissionais de língua estrangeira. In: MASELLO, L. (Org), **Português lengua segunda y extranjera en Uruguay**: Actas del Primeiro Encontro de Português Língua Estrangeira do Uruguai. Montevideu, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación/Comisión Sectorial de Investigación Científica, 2008, p. 51-57.

GARCIA, B. R. V. **Quanto mais cedo melhor (?)**: uma análise discursiva do ensino de inglês para crianças. 2011. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2011.

GIMENEZ, T.; EL KALDRI, M. S.; CALVO, L. C. S.; SIQUEIRA, D. S. P.; PORFÍRIO, L. Inglês como Língua Franca: desenvolvimentos recentes. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, Belo Horizonte, v. 15, n. 3, 2015, p. 593-619.

GONÇALVES, B. A. Propagandas de cursos de idiomas: a venda de um bilinguismo ideal sob a sombra do monolinguismo. **Revista Building the way**, v. 11, n. 2, 2021.

JORDÃO, C. M. Conversa com Clarissa Menezes Jordão. In: SILVA, K. A.; ARAGÃO, R. C. (Orgs.) **Conversas com formadores de professores de línguas: avanços e desafios**. Campinas: Pontes Editores, 2013, p. 77-91.

KAWACHI-FURLAN, C. J.; ROSA, M. M. Mitologia do ensino-aprendizagem de inglês para crianças. **Revista Estudos em Letras**, v. 1, n. 1, p. 7-20. 2020.

LEITE, P. M. de C. C.; OLIVEIRA, A. C. T. de; COURA, F. de A.. Inglês como Língua Franca, o mito da natividade e as implicações pedagógicas para o ensino/aprendizagem da língua inglesa. **Revista Trem de Letras**, Alfenas, v. 6, n. 1, e020006, p. 1-18, 2020.

MOITA LOPES, L. P. da. **Oficina de lingüística aplicada**: a natureza social e educacional dos processos de ensino/aprendizagem de línguas. Campinas: Mercado de Letras, 1996.

MOITA LOPES, L. P. Pesquisa interpretativista em lingüística aplicada: a linguagem como condição e solução.

DELTA: **Documentação e Estudos em Linguística Teórica e Aplicada**, v. 10, n. 2, 1994. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/delta/article/view/45412>. Acesso em: 12 de maio de 2025.

PASSONI, T. P.; XXX, X. X. Política e planejamento linguísticos no Brasil: levantamento de orientações curriculares para o ensino de línguas estrangeiras. **ReVEL**, v. 14, n. 26, 2016. [www.revel.inf.br].

RODRIGUES, D. V. S.; SILVA, F. V. Ensino e aprendizagem de inglês para crianças: análise discursiva de propagandas de escolas de idiomas. **Revista do PEMO - Práticas Educativas, Memórias e Oralidades**, v. 4, 2022.

SEIDLHOFER, B. **Understanding English as a Lingua Franca**. Oxford: Oxford University Press, 2011.

SGORLA, K.; BAUMGÄRTNER, C. T. Apontamentos sobre o percurso histórico do ensino público de línguas estrangeiras no Brasil: do império à BNCC. **Educamazônia - Educação, Sociedade e Meio Ambiente**, v. 17, n. 1, 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/educamazonia/article/view/14049>. Acesso em: 10 de maio de 2025.

VOLÓCHINOV, V. N. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. Tradução de Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2018.