

SEMÂNTICA E LÉXICO: A POLISSEMIA NA SALA DE AULA

SEMANTICS AND LEXICON: POLYSEMY IN THE CLASSROOM

Adriana Alves Silva Lima **1**
Sônia Maria Nogueira **2**

Resumo: Os estudos semânticos acerca do significado são historicamente vistos como algo questionável devido à ausência de uma noção exata sobre o que seja de fato o significado. Nesta pesquisa, o estudo da semântica está ligado à lexia polissêmica, assim, o objetivo é refletir sobre o ensino de polissemia no ensino fundamental como recurso que auxilia na compreensão e nas diversas nuances de significados que uma palavra possa ter em seu uso. Apresenta metodologia qualitativa e selecionou-se como corpus campanhas publicitárias veiculadas em meio digital. A pesquisa insere-se no Grupo de Estudos Linguísticos do Maranhão – GELMA/UEMASUL. O aporte teórico de autores como Abrahão (2018), Oliveira (2017), Ferrarezi Jr. (2008), Ullmann (1964) e outros. Concluiu-se que o fenômeno polissemia presente no meio social é um instrumento que auxilia no desenvolvimento de compreensão de enunciados.

Palavras-chave: Semântica. Léxico. Polissemia. Língua Portuguesa. Campanha Publicitária.

Abstract: The semantic studies about meaning have historically been viewed as somewhat questionable due to the absence of an exact notion of what meaning actually is. In this research, the study of semantics linked to polysemic lexia, thus, the objective is to reflect on the teaching of polysemy in elementary school as a resource that helps in understanding and in the various nuances of meanings that a word may have in its use. Presents qualitative methodology and advertising campaigns selected as corpus broadcasted in digital media. It is part of the Linguistic Studies Group of Maranhão – GELMA/UEMASUL. The theoretical contribution of authors as Abrahão (2018), Oliveira (2017), Ferrarezi Jr. (2008), Ullmann (1964) and others. It concluded that the polysemy phenomenon present in the social environment is an instrument that helps in the development of understanding of statements.

Keywords: Semantic. Lexicon. Polysemy. Portuguese Language. Advertising Campaign.

Mestranda em Letras pela Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL). Especialista em Metodologia do ensino da Língua Portuguesa (FACIBRA). Especialista em Educação Especial/Inclusiva EAD (UEMA). Membro do Grupo de Pesquisa GELMA (UEMASUL) ligado ao CNPq.
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3068192169419412>.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1832-5738>.
E-mail: adriana.lima@uemasul.edu.br

Doutora em Língua Portuguesa (PUC/SP). Membro dos Grupos de Pesquisa: GPeHLP – IP (PUC/SP) e vice-líder do GELMA (UEMASUL) ligados ao CNPq. Professora da graduação e do Programa de Pós-Graduação em Letras – PPGLe da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL).
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1446381640829721>.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4005-4580>.
E-mail: sonianogueira@uemasul.edu.br

Introdução

Este artigo tem por objetivo refletir sobre o ensino de polissemia no ensino fundamental como recurso que auxilia na compreensão e nas diversas nuances de significados que uma palavra possa ter em seu uso, e insere-se na linha de pesquisa Linguagem, Memória e Ensino, do Grupo de Estudos Linguísticos do Maranhão – GELMA/UEMASUL. A pesquisa tem como questão problema: De que maneira o gênero campanha publicitária pode facilitar o ensino da polissemia no contexto da sala de aula? Para que o presente artigo caminhe por essa direção, pretende-se: apresentar conceitos de semântica e polissemia; discutir caminhos metodológicos do gênero campanha publicitária para o ensino da polissemia; e refletir sobre o ensino da polissemia com base no gênero campanha publicitária no contexto de sala de aula, tendo em vista que a polissemia trata da palavra que possui mais de um significado.

A pesquisa ampara-se em metodologia qualitativa, utilizando como critérios de seleção campanhas publicitárias com palavras polêmicas. Busca-se aporte teórico em autores como Abrahão (2018), Oliveira (2017), Ferrarezi Jr. (2008), Ullmann (1964) e outros. A relevância deste estudo se dá pela importância da polissemia como recurso para ampliação das condições de leitura dos alunos, tendo em vista que a polissemia é o fenômeno frequente no cotidiano na escola e fora dela.

Este artigo está estruturado em cinco seções. Na primeira seção apresenta-se as considerações teóricas: Semântica e Léxico, pois busca-se explicar as concepções teóricas sobre o estudo da semântica. A segunda seção estuda a polissemia e o gênero campanha publicitária, a partir da língua e o contexto da vida social. A terceira seção apresenta a metodologia, na qual explica-se os procedimentos de análise; e o gênero campanha publicitária, com a análise do *corpus* selecionado. Por último, as considerações finais. A seguir, as considerações teóricas acerca da semântica e léxico.

Considerações teóricas: Semântica e Léxico

A semântica, em seus estudos linguísticos, é vista como uma ciência que carrega, ao longo dos anos, uma ausência em relação à conceituação do seu significado. As concepções diferenciam-se entre si, ora o estudo é visto como “sentido das palavras” por Guiraud (1980, p.7), ora é visto como o “estudo do significado” por Ferrarezi Jr (2008, p.21). Neste estudo, assume-se a perspectiva da teoria de Ferrarezi Jr (2008, 2010), levando em consideração os princípios defendidos sobre as manifestações linguísticas do estudo do significado nos quais traça uma divisão entre significado e sentido. A semântica é considerada a ciência que estuda as manifestações linguísticas ligadas ao significado (FERRAREZI Jr, 2008). Nas últimas décadas, emergiu-se um interesse em estudar a natureza dos fenômenos linguísticos existentes na língua.

O estudo acerca do significado das palavras historicamente trata a semântica como a ciência que busca compreender as perspectivas diversas dos significados das palavras. Para Henriques (2018, p. 3), a semântica é o “estudo do significado das expressões das línguas naturais”. Entretanto, Guiraud (1980, p. 7) conceitua semântica como “o estudo do sentido das palavras”. Posto isto, verifica-se que tais complexidades em torno da conceituação evidenciam um problema já antigo, que reflete no tratamento coerente das questões semânticas. A semântica, enquanto subdivisão da ciência da linguagem, em seu percurso de estudos, apresenta algumas concepções que foram sendo formuladas sobre o significado ao longo da história. Nessas concepções, as propostas teóricas acerca do significado, em boa parte, apresentam-se insatisfatórias devido ao fato da ausência de uma noção exata sobre o que seja de fato o significado. Diante disso, torna-se complexo aplicar determinadas teorias em relação ao que seja o objeto de estudo.

Ressalta-se a relação da língua natural com outras ideias do pensamento humano, assim como do significado em relação a tais manifestações. Em decorrência disso, o significado é discutido apoiando-se em outras teorias como a Teologia, Filosofia entre outras. Segundo Ferrarezi Jr (2010, p. 33), “as concepções de significado desenvolvidas até hoje estão, em sua maioria, evadas de critérios de outras ciências ou crenças”. Algumas ideias, no decorrer dos

estudos, apresentam a concepção de entrelaçamento à natureza humana e as manifestações do pensamento. Diante disso, historicamente, as conceituações iniciam-se, provavelmente, com Heráclito, filósofo grego que considerava o significado o próprio pensamento humano. Para ele, o ser humano criava significados baseando-se em seus pensamentos e os expressava por meio da fala:

Para Heráclito, o significado era o próprio pensamento humano. 'O logos', a palavra, era sua expressão. Ao pensar, o homem criava significados; ao falar, os expressava. Heráclito não via significado na natureza ou fora da língua. Eles eram como ideias absolutas, cuja existência dependia da existência do pensamento (FERRAREZI JR, 2010, p. 33-34).

Sob essa lógica, o presente texto traz para a discussão Platão, com uma visão um tanto mitológica, que via o significado como uma energia que se encarnava na palavra, fazendo uso dela durante determinado tempo. Conforme Ferrarezi Jr (2010, p. 35), "o fato de que um significado (uma 'energia') possa ser representado por três palavras diferentes (três 'corpos') da mesma língua ilustra bem o pensamento de Platão e Aristóteles sobre o significado". Na perspectiva do empirismo no século XVI, Bacon traz uma nova visão. Para ele, o significado do signo é o próprio objeto e, paralelamente, os senhores de Port-Royal com uma teoria da linguagem com base teológica e filosófica. Nesse sentido, a discussão sobre a significação da palavra passou por vários estudiosos desde os gregos, o alemão Frege, Ferdinand Saussure, Leonardo Bloomfield entre outros (FERRAREZI JR, 2010).

No campo dos estudos relacionados à linguagem, a semântica é uma das teorias que proporciona a partir da filosofia a compreensão de como o homem organiza representações simbólicas do mundo. Além disso, é amparando-se nos estudos semânticos que a lógica explora os processos de avaliação e determinação de relações e valores simbólicos. Compreender o significado por um viés filosófico é:

Compreender como o ser humano elabora representações simbólicas do mundo, de que modo as organiza e estrutura, de acordo com princípios capazes de estabelecerem a aceitabilidade e a coerência dessas representações simbólicas, objetivas e subjetivas, de dados da realidade (MARQUES, 2003, p.16).

Em consonância com os estudos de Abrahão (2018, p. 9), "o campo da semântica, por sua vez, apresenta uma diversificação ampla em termos de qualificações, em razão de idiosincrasias associadas a uma percepção do significado, de perspectivas teóricas e de distintas abordagens". Ressalta-se que nos estudos da linguagem pode-se constatar vários tipos de estudos semânticos como lexical, estrutural, sentencial entre outros. Essas divisões mostram as mudanças que foram acontecendo ao longo do tempo.

Nesta pesquisa, o estudo da semântica está ligado às palavras polissêmicas que possuem um ou mais significados e que permitem possibilidades de ampliação na interpretação de um enunciado. Sendo assim, Abrahão (2018, p. 129) diz que, "se pensamos a língua a partir da conotação, estaremos no âmbito da *polissemia*, pois o que a possibilita é a condição de as palavras denotam, ou seja, adquirirem cargas semânticas diversas". Nesse sentido, entende-se que as palavras utilizadas nas campanhas publicitárias adquirem conotações diversas com suas nuances de significados conforme seus contextos de utilização. Além disso, o gênero campanha publicitária é frequente no meio social e por meio dele é possível observar o funcionamento da língua.

O estudo do léxico na escola agrega conhecimento e complementa os estudos da língua. Segundo Bechara (2011, p. 780), léxico é "acervo de palavras de uma determinada língua". Trazer o estudo lexical para a sala de aula aproximará os alunos dos recursos da língua portuguesa, e um dos caminhos possíveis se dá por meio do uso do dicionário em sala de aula.

O dicionário escolar, com seus subsídios para o estudo do léxico em sala de aula, tem potencialidades educativas para o ensino da polissemia. Gonçalves (2015, p. 10) argumenta

que “o dicionário é uma obra que dá domínio dos meios de expressão e aumenta o saber cultural”. Sendo assim, compreende-se que no contexto de sala de aula, durante sua utilização, o dicionário contribui, proporcionando aos alunos o aprofundamento e expansão lexical. Outro fator importante se dá pelo fato de que é nos anos finais do ensino fundamental que os adolescentes participam com um olhar mais crítico diante das situações comunicativas.

De fato, pensar em um ensino fundamental com perspectivas de apropriação do conhecimento linguístico, é possibilitar para os alunos ampliação das condições de leitura dos textos e suas possibilidades de efeitos de sentido (ABRAHÃO, 2018). Nesse âmbito, a polissemia é um relevante recurso para o ensino e aprendizagem da língua, uma vez que a linguagem humana em seu cotidiano é permeada de duplicidades de significados. No campo de ensino da polissemia, o gênero campanha publicitária é um dos instrumentos agregadores para o processo de ensino e aprendizagem desse campo, pois esse gênero carrega uma língua particular de comunicação e determinadas técnicas do uso da língua portuguesa (MARTINS, 1997).

Pensar em um ensino que contemple os estudos linguísticos no tocante à polissemia denota discutir os caminhos metodológicos na abordagem do tema, assim como refletir sobre esse ensino na contemporaneidade, considerando o gênero campanha publicitária.

Polissemia e o gênero campanha publicitária: a língua e o contexto da vida social

No contexto educacional, o recurso da polissemia é necessário e atua como fator importante para o ensino do sistema e funcionamento da língua. Na área de linguagens, o ensino fundamental – anos finais – possui diretrizes que visam ampliar as práticas de linguagens já adquiridas nos anos iniciais com uma abordagem mais crítica, conforme a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (BRASIL, 2018). É nessa etapa do ensino que o tratamento dos gêneros que circulam no meio social é visto de maneira mais aprofundada. Nesse sentido, tem-se os gêneros publicitários voltados para o linguístico – discursivo, semiótica e com um olhar para a argumentação e persuasão.

Entre as habilidades específicas para o ensino fundamental – anos finais –, a BNCC (BRASIL, 2018, p. 145) propõe “perceber e analisar os recursos estilísticos e semióticos dos gêneros jornalísticos e publicitários, os aspectos relativos ao tratamento da informação em notícias, como a ordenação dos eventos, as escolhas lexicais [...]”. A polissemia, também, caminha auxiliando para compreender e perceber os efeitos de sentido nos textos provocados por fenômenos léxico-semânticos, por isso, o diálogo entre esses dois elementos na presente pesquisa. Compreender a polissemia é fundamental para o entendimento acerca da estrutura gramatical e os efeitos de sentidos que a língua pode ter (FERRAREZI Jr, 2008). Uma mesma palavra assume a capacidade de ser multifuncional, ou seja, pode ser utilizada em vários textos com variedades de sentidos.

Polissemia é a possibilidade de uma palavra ter associado a ela mais de um significado, uma única palavra com várias possibilidades de significação. Entretanto, verifica-se, no cotidiano, que esse fenômeno linguístico da polissemia não ocorre com tanta frequência, pois é desfeito na relação entre a situação discursiva e o que se diz (FERRAREZI JR, 2008). Para estes estudos, concorda-se com Ferrarezi Jr (2008, p. 166): “a polissemia é um dos mais importantes recursos para a economia nos sistemas linguísticos, pois permite que um mesmo sinal seja multifuncional, isto é, funcione bem em vários textos, com os mais diferentes sentidos”. Observa-se que o significado da palavra vai de acordo com o contexto em que está inserida. Desse modo, salienta-se que as particularidades nas palavras estão sempre relacionadas ao seu uso no cotidiano.

Nessa perspectiva, Ullmann (1964, p. 331) diz que “a polissemia é um traço fundamental da fala humana, que pode surgir de várias maneiras múltiplas”. Seu estudo aponta diversos fatores de surgimento da polissemia como 1) mudanças de aplicação, 2) especialização num meio social, 3) linguagem figurada, 4) homônimos reinterpretados, 5) influência estrangeira.

Nesse contexto, observa-se que o fenômeno linguístico da polissemia é algo que pode estar em diversos locais durante o cotidiano da vida humana. É possível encontrar palavras

polissêmicas nos vários gêneros que circulam e fazem parte na vida social. Marcuschi (2008, p. 149), acerca dos gêneros, ressalta que “o trato dos gêneros diz respeito ao trato da língua em seu cotidiano nas mais diversas formas”.

Entre esses gêneros inseridos no cotidiano, existem as campanhas publicitárias que estão diariamente inseridas na sociedade, com enunciados que chamam a atenção do leitor para o seu produto, cumprindo sua função social. Marcuschi (2008, p. 221) aponta que “o trabalho com gêneros é interessante na medida em que eles são instrumentos de adaptação e participação na vida social e comunicativa”. Diante disso, ressalta-se que os gêneros textuais na língua falada e escrita é um assunto que não passa despercebido aos olhos de documentos oficiais da educação.

De um modo geral, as observações sobre as campanhas publicitárias ora tratam esse gênero como textos ora como sequências discursivas. Além disso, verifica-se que há indicações para tratar a produção e a compreensão. Entre os gêneros sugeridos para a prática de compreensão de textos existe a publicidade/propaganda, atuando na linguagem oral e escrita (MARCUSCHI, 2008).

De acordo com a BNCC (BRASIL, 2018), em relação ao ensino de língua portuguesa com a utilização de gêneros digitais, como um suporte para o auxílio durante as aulas, considera-se que é preciso contemplar essas novas práticas de linguagem, esses novos letramentos e principalmente os digitais. Considera-se relevante que, diante do trato a linguagem atual, os novos gêneros devem fazer parte do contexto educacional uma vez que o meio social está permeado dos novos gêneros e os textos multissemióticos e multimidiáticos, segundo a BNCC (2018):

Além disso, no tocante ao trato dos gêneros a Base Nacional Comum Curricular ressalta que, ‘as práticas de linguagem contemporâneas não só envolvem novos gêneros e textos cada vez mais multissemióticos e multimidiáticos, como também novas formas de produzir, de configurar, de disponibilizar, de replicar e de interagir’ (BRASIL, 2018, p. 69).

Assim, verifica-se que a BNCC (2018) visa valorizar a cultura digital desde a hipertextualidade até os textos de hipermídia. Sempre considerando as perspectivas que tratam as questões das leituras com dimensões entrelaçadas às práticas de uso e reflexão, existem diversas possibilidades de leituras e, estas, por sua vez, vão além do texto escrito. Assim sendo, a BNCC (2018) afirma:

Leitura no contexto da BNCC é tomada em um sentido mais amplo, dizendo respeito não somente ao texto escrito, mas também a imagens estáticas (foto, pintura, desenho, esquema, gráfico, diagrama) ou em movimento (filmes, vídeos etc.) e ao som (música), que acompanha e cossignifica em muitos gêneros digitais (BRASIL, 2018, p. 72).

Nesse sentido, as práticas de leitura, para a BNCC (2018), são vistas como um processo que vai além do texto escrito, visando contemplar a língua e o seu funcionamento no cotidiano entre os processos de interação entre leitor, ouvinte e espectador. Em relação ao fenômeno linguístico, a BNCC (BRASIL, 2018, p. 83) considera necessário “conhecer e perceber os efeitos de sentido nos textos decorrentes de fenômenos léxico-semânticos, tais como aumentativo/diminutivo; sinonímia/antonímia; polissemia ou homonímia; figuras de linguagem”. Por esse viés, compreende-se que esses conhecimentos linguísticos são importantes dentro do ensino de língua portuguesa, uma vez que estão presentes nos enunciados que fazem parte da vida social.

Gênero campanha publicitária: análise de *corpus*

Amparada pelo objetivo de refletir sobre o ensino de polissemia por meio do gênero campanha publicitária, a presente pesquisa possui caráter qualitativo e de natureza documen-

tal. De acordo com Creswell (2010, p. 206), “a investigação qualitativa emprega diferentes concepções filosóficas; estratégias de investigação; e métodos de coleta, análise e interpretação dos dados”. Esta pesquisa configura-se em caráter qualitativo, pois, em sua construção, se baseia em dados de textos e imagens, amparando-se nesses processos investigativos.

A pesquisa qualitativa apresenta uma abordagem diferente da quantitativa pois, os pesquisadores coletam dados por meio da análise de documentos, entrevistas entre outras fontes. Neste estudo, analisou-se a presença do fenômeno linguístico polissemia nas campanhas publicitárias direcionadas ao dia dos pais.

O *corpus* da pesquisa é constituído por cinco Campanhas Publicitárias, discriminadas na ordem como CP(1), CP(2), CP(3), CP(4) e CP(5). As campanhas foram coletadas em materiais digitais e *online*. Seleccionadas com o critério de campanha de Dia dos Pais e devido à circulação no meio digital, no qual os alunos acessam livremente.

Campanhas publicitárias, em seu processo de construção no enunciado, possuem um conjunto de aspectos linguísticos, assim torna-se possível analisar conforme três itens importantes da língua: semânticos, frasais e discursivos. Carvalho (2014, p. 47) aponta os aspectos para análise como: “os itens léxico-semântico e suas formas de uso; as relações frasais estabelecidas no texto; os modos discursivos que constituem a mensagem”. Também, ressalta-se que os enunciados das campanhas publicitárias podem ser institucionais, educativas, sociais, promocionais, entre outras.

Para a língua, existe o tripé: nomear, qualificar e exaltar que, segundo os estudos de Carvalho (2014, p. 49), “Nomear é conferir identidade com o uso de um nome transformado em substantivo próprio. Qualificar é estabelecer um perfil para um produto, criando-lhes atributos. Exaltar é promover o produto, celebrando seu nome (marca) e seus atributos”. Observa-se que os enunciados das publicidades são organizados em três etapas formando um tripé com o objetivo de transmitir a mensagem.

Nas aulas de língua portuguesa, com base em um ensino por sequências didáticas, os gêneros textuais são vistos como um instrumento de comunicação e se realizam de modo empírico nos textos (MARCUSCHI, 2008). Desse modo, entende-se que é por meio do estudo e compreensão desses pontos que os alunos poderão ter suas condições de leituras ampliadas, tendo em vista que os gêneros sempre estão ancorados em alguma situação concreta. Marcuschi (2008, p. 212), em seu estudo aponta: “sendo o texto um evento singular e situado em algum contexto de produção, seja ele oral ou escrito, no ensino, é conveniente partir de uma e identificar alguma atividade a ser desenvolvida para que se inicie uma comunicação”. Sob uma perspectiva escolar, a concretude dos gêneros se torna ponto de referência para os alunos e proporcionam melhores condições para o ensino na sala de aula. Amparam-se tais pressupostos com base nas seguintes análises, iniciada pela CP(1) na Figura 1:

Figura 1. CP(1) – Meu pai é um craque



Fonte: Meupositivo, 2018.

A CP(1), na Figura 1, apresenta o seguinte enunciado: “todo craque tem seu lugar”. Percebe-se que há ocorrência do fenômeno linguístico polissemia na palavra “craque”. Para Cançado (2008, p. 63), “polissemia ocorre quando os possíveis sentidos da palavra ambígua têm alguma relação entre si”. Observa-se que a palavra “craque” possui uma relação de duplicidade de significado entre si. No contexto de sala de aula, o fator polissêmico abordaria a palavra “craque” e seria questionado aos alunos sobre suas possibilidades de significação, atrelado ao contexto situacional. Levando o aluno aos processos de observação dos elementos que compõem o enunciado em questão.

De acordo com Bechara (2011, p. 463), a palavra “craque” possui duas entradas no dicionário. Ressalta-se que a primeira apresenta as seguintes definições: “1) aquele que se destaca em sua área de atuação; [...] 2) jogador muito melhor do que a média; 3) cavalo vencedor”. Nessa perspectiva, a consulta ao léxico torna-se um exercício fundamental no processo ensino aprendizagem, possibilitando um aprofundamento vocabular e a compreensão e interpretação textual.

A polissemia se apresenta nesse enunciado da campanha publicitária quando na palavra “craque” é atribuído mais de um significado. Diante disso, sabe-se que no contexto na sala de aula trabalhar o fenômeno da polissemia dentro dos diversos gêneros textuais, em particular as campanhas publicitárias, irá contribuir nas questões referentes à ampliação de leitura e compreensão dos vários significados que uma palavra possa ter dependendo do contexto.

Na campanha publicitária, há tanto a linguagem verbal quanto a não verbal. E ambas contribuem para a duplicidade de significado atribuída à palavra “craque”.

A seguir, a análise e discussão da CP(2) da Figura 2:

Figura 2. CP(2) – Meu pai é o cara



Fonte: Facebook Boali Brasil, 2018.

Na Figura 2, a CP(2) tem um enunciado simples e direto “seu coroa te inspira?”, propondo uma leitura polissêmica e contextual com efeito de humor. Henriques (2018, p. 95) conceitua a polissemia como “uma única palavra com dois ou mais sentidos”. Assim sendo, a palavra “coroa”, utilizada na CP(2), é polissêmica por permitir mais de um significado.

Abrahão (2018, p. 129) ressalta que, acerca do fenômeno da polissemia, “lidar com ela significa possibilitar a ampliação da condição da leitura dos textos, observando-os em suas nuances de sentido”. Desse modo, significa perceber as diversas possibilidades de significado que a palavra pode receber.

A palavra “coroa” possui as seguintes definições:

- 1) ‘ornamento emblemático do poder real, circular e us. sobre a cabeça, ger. feito de ouro e pedras preciosas;
- 2) a própria realeza, o poder monárquico;
- 3) o próprio rei, a rainha ou equivalente;
- [...] 4) pessoa idosa, ger. da meia idade;
- 5) pai ou

mãe; [...] 6) qualquer saliência em forma de coroa' (BECHARA, 2011, p. 456).

Verifica-se que a polissemia ocorre nesse contexto de forma intencional com o intuito de provocar o seu leitor. Sendo assim, polissemia no gênero campanha publicitária é um mecanismo importante, para o professor trabalhar durante suas aulas de língua portuguesa nos quesitos como exploração do enunciado, observando o que ele remete e o que se pode inferir. Além disso, salienta-se que a inferência é fator relevante para a compreensão.

Em seguida, na Figura 3, tem-se a análise da CP(3):

Figura 3. CP(3) – Nesse dia dos pais, seja presente



Fonte: Youtube, 2018.

Observa-se, na Figura 3, que o enunciado da CP(3) “pai presente” encontra seu significado na palavra “presente”. Nessa palavra, há o fenômeno da polissemia contribuindo com a duplicidade de significados. Para Polguère (2018, p. 168 grifo do autor), “um vocábulo é *polissemico* se ele contém mais de uma lexia”. Conforme essa compreensão, salienta-se que, na CP(3), a palavra presente atua como um elemento gerador da polissemia, pois permite que se tenha duas ou mais entendimentos.

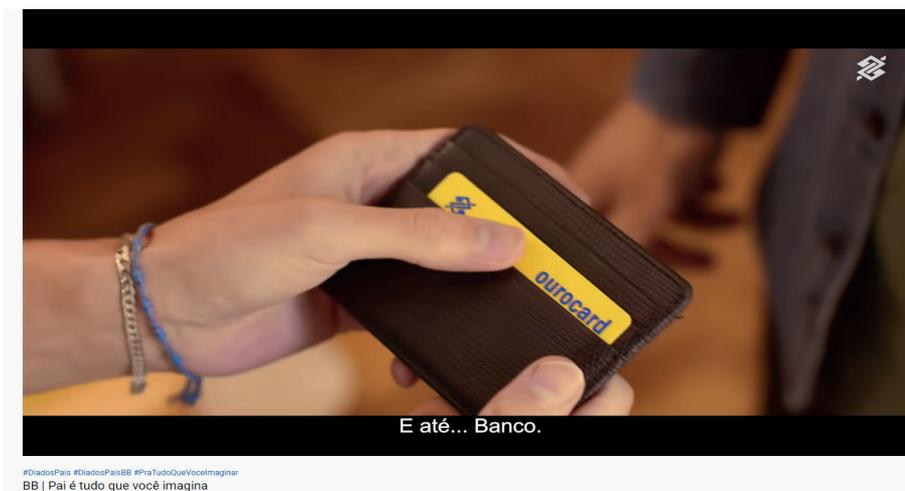
Na leitura de Bechara (2011, p. 951), a palavra “presente” poder ter as seguintes conceituações: “1) que está em certo lugar; 2) que ocorre ou existe em momento atual; [...] 3) objeto dado a alguém em ocasiões especiais; [...] 4) pessoas presentes em evento ou lugar”.

Na CP(3), identifica-se que a linguagem não verbal contribui e reforça para duas compreensões. No primeiro momento, a linguagem atua reforçando a ideia de figura paterna vista como um “presente” que as crianças possuem e, no segundo momento, contribui para reforçar a mensagem da importância da “presença” paterna no dia a dia.

Diante disso, ressalta-se que o professor, ao tratar do fenômeno da polissemia em sala de aula, proporciona ao aluno além do entendimento que a palavra pode ter mais de um significado, o reconhecimento delas dentro do enunciado. Nesse sentido, conhecer a polissemia e suas relações semânticas contribui para o desenvolvimento dos alunos em relação a interpretações textuais realizadas durante as aulas. De acordo com Ferrarezi Jr (2008), é importante que os alunos entendam os múltiplos sentidos que uma palavra possa ter. Diante disso, o autor aponta como sugestão para o processo de ensino sobre a compreensão dos múltiplos significados a utilização do dicionário.

A seguir, a CP(4) que está na Figura 4:

Figura 4. CP(4) – Pai é tudo o que você imagina



Fonte: Youtube, 2021.

A CP(4), na Figura 4, selecionada da plataforma Youtube (2021), com o título “Pai é tudo que você imagina”, apresenta o seguinte enunciado: “E até...Banco” como uma das definições para pai. Observa-se que a palavra “banco” tem caráter polissêmico e, diante disso, permite que se possa ter duplicidade de significado. Palmer (1976, p. 80) considera a polissemia como “um conjunto de significados diferentes”, e salienta, também, que este fenômeno linguístico, embora tenha conceituação simples, possui suas ressalvas em relação à definição, considerando que não se delimita tão fácil um significado, distinguindo-o dos outros.

De acordo com Bechara (2011, p. 324), a palavra “banco” tem as seguintes conceituações: “1) móvel estreito e comprido, de várias formas e materiais, que serve para assento; [...] 2) assento individual sem encosto; [...] 3) instituição financeira, ou cada uma de suas agências, que guarda e empresta dinheiro, faz cobranças, aplicações”. Considera-se como um elemento relevante dentro da CP(4) a linguagem não verbal e verifica-se, pois, o símbolo da agência bancária que contribui para que a figura paterna seja vista como uma instituição financeira, na qual pode-se pegar dinheiro emprestado.

Ressalta-se que, dependendo do contexto, a palavra “banco” pode obter vários significados. Nas aulas de língua portuguesa, o estudo da polissemia permite compreender o funcionamento da língua, tendo em vista que determinadas palavras podem ter dois ou mais significados diferentes inter-relacionados.

Por último, a CP(5), na Figura 5:

Figura 5. CP(5) – Pais que ensinam a voar



GOL | Dia dos Pais | Pais que ensinam a voar

Fonte: Youtube, 2015.

Na Figura 5, a CP(5) possui o seguinte enunciado “pais que ensinam a voar”. Constatou-se que o termo “voar” tem natureza polissêmica, pois apresenta mais de um significado. De acordo com Oliveira (2017 p. 19), polissemia é “um fenômeno semântico em que uma mesma palavra tem dois ou mais significados inter-relacionados, podendo, portanto, ocorrer em contextos diferentes”. Na CP(5), a palavra “voar” apresenta a indicação de vários significados para um mesmo vocábulo.

Sendo assim, Bechara (2011, p.1141-1142) expõe as seguintes definições para voar: “1) deslocar-se no ar por meio de asas; [...] 2) empreender viagem aérea; [...] 3) ter grandes ambições”. O aluno, ao ler o enunciado da CP(5), pode, inicialmente, ter duas compreensões de significado segundo a palavra polissêmica “voar”. No primeiro momento, o enunciado pode ser interpretado como o pai que ensina o seu filho a pilotar um avião e, no segundo momento, o enunciado pode ser entendido como o pai que ensina seu filho a ter grandes ambições e ir em busca de realizar seus sonhos.

Além disso, observa-se que a linguagem não verbal contribui para as duas compreensões. A imagem de pai e filho abraçados em um aeroporto, com um avião ao fundo, contribui para as duas compreensões que o enunciado da CP(5) possa ter reforçado o sentido de ensinar a pilotar a aeronave e, também, no sentido de ensinar o filho buscar realizar os seus objetivos para realização na vida. Observa-se que as palavras polissêmicas proporcionam uma ampliação de significado distintos das palavras, a partir do contexto utilizado em determinado momento.

Estudar polissemia na sala de aula permite ao professor explorar as nuances de significado que as palavras podem ter de forma bem dinâmica, e uma delas são as campanhas publicitárias disponíveis no meio digital, no qual os alunos possuem livre acesso.

Considerações Finais

As investigações propostas nesta pesquisa alinham-se com o objetivo de refletir sobre a campanha publicitária e a utilização da polissemia como um recurso para o ensino de Língua Portuguesa, que possibilita a ampliação das condições de interpretação e compreensão de um enunciado.

Contatou-se, com base em análise realizada em cinco campanhas publicitárias, referente ao dia comemorativo dos pais, que o fenômeno linguístico da polissemia atua nos enunciados com palavras que possibilitam dois ou mais significados. Tais significados atuam de acordo com o contexto em que as palavras foram inseridas e não apresentam prejuízo para a comunicação. Nas campanhas selecionadas, procedeu-se à verificação dos enunciados, que podem utilizar palavras polissêmicas de maneira intencional ou não para alcançar o seu público-alvo.

Assim, as palavras polissêmicas identificadas ratificam que a polissemia é uma área da linguística dentro do campo dos estudos semânticos que se configura como a capacidade de proporcionar a um vocábulo diferentes significados de acordo com o contexto. Além disso, foi possível constatar que a linguagem atua no enunciado, contribuindo para as diversas possibilidades de significações que a palavra possa assumir em determinado momento da utilização.

Em vista disso, constata-se que a utilização do gênero campanha publicitária, que utiliza palavras polissêmicas, é um recurso importante para o ensino de Língua Portuguesa que permite ao professor trabalhar de maneira dinâmica e ao aluno a ampliação de suas condições de interpretação.

A Base Nacional Comum Curricular (BRASIL, 2018) para o ensino de língua portuguesa indica que o ensino aconteça em um sentido amplo, e que o processo de ensino e aprendizagem da língua portuguesa considere as perspectivas de reflexão e uso da língua, como também a cultura digital presente no meio social.

Os estudos, no tocante à temática abordada, sobre o fenômeno da polissemia visto como um recurso que auxilia na ampliação de interpretação dos enunciados, não se esgotam neste artigo. Futuras pesquisas são relevantes para o estudo da língua e seu funcionamento.

Referências

- ABRAHÃO, Virgínia B.B. **Semântica, enunciação e ensino**. [recurso eletrônico]. Vitória: EDUFES, 2018.
- BECHARA, Evanildo. **Dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2011.
- BRASIL. MEC. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018.
- CANÇADO, Márcia. **Manual de Semântica: noções básicas e exercícios**. Belo Horizonte. Editora UFMG, 2008.
- CARVALHO, Nelly. **O texto publicitário na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2014.
- CRESWELL, John. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DUARTE. Paulo. **Introdução à Semântica**. nº 05. Revista e Ampliada. Fortaleza: EUFC, 2003.
- FERRAREZI JR, Celso. **Semântica para a educação básica**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- _____. **Introdução à semântica de contexto e cenários: de la langue à la vie**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010.
- GIL, Antônio. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GUIRAUD, Pierre. **A semântica**. 3. ed. São Paulo, 1980.
- GONÇALVES, Sheila. **Lexicografia escolar: reflexões iniciais**. Goiânia: Gráfica UFG, 2015.
- HENRIQUES, Claudio. **Léxico e semântica: estudos produtivos sobre palavra e significação**. Rio de Janeiro: Atlas Book, 2018.
- MARCUSCHI. Luiz Antônio. **Produção Textual, análise dos gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- MARQUES, Maria Helena Duarte. **Iniciação à semântica**. 6. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- MARTINS, Jorge. **Redação publicitária: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- NESTE DIA DOS PAIS, SEJA PRESENTE, 2018. 1 vídeo (59s). Publicado pelo canal **Reserva**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=78uGLM-Rdhc>. Acesso em 30 de ago. de 2021.
- OLIVEIRA, Luciano. **Manual de semântica**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.
- PAI É TUDO QUE VOCÊ IMAGINA, 2021. 1 (1min e 4s). Publicado pelo canal **Banco do Brasil**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zn5vSwAPP9w>. Acesso em 30 de ago. de 2021.
- PAIS QUE ENSINAM A VOAR, 2021. 1 (2min e 4s). Publicado pelo canal **Gol Linhas Aéreas Inteligentes**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ef4CZmohbAs>. Acesso em 30 de ago. de 2021.

PALMER, Frank. **A semântica**. Cambridge: Cambridge University Press, 1976.

POLGUÈRE, Alain. **Lexicologia e semântica lexical: noções fundamentais**. São Paulo: Contexto, 2012.

PROMOÇÃO todo craque tem seu lugar. **Meupositivo**, 2018. Disponível em: <https://www.meupositivo.com.br/dia-dos-pais/>. Acesso em 30 de ago. de 2021.

ULLMANN, Stephen. **Semântica: uma introdução à ciência do significado**. Tradução de J.A. Osório Mateus. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1964.

#MEUPAIÉOCARABOALI. **Facebook Boali Brasil, 2018**. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?ref=external&v=1929520313776730>. Acesso em 30 de ago. de 2021.

Recebido em 15 de setembro de 2021.

Aceito em 08 de novembro de 2021.