

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

FACULDADE DE LETRAS

Teorias e Práticas no Ensino de Leitura e Produção de Textos

Débora Cristina Ferreira Gonçalves

**NEOLOGISMOS: uma proposta de ensino para o desenvolvimento da
competência lexical.**

Belo Horizonte

Julho de 2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

FACULDADE DE LETRAS

Teorias e Práticas no Ensino de Leitura e Produção de Textos

Débora Cristina Ferreira Gonçalves

**NEOLOGISMOS: uma proposta de ensino para o desenvolvimento da
competência lexical.**

Monografia de especialização
apresentada à Faculdade de Letras
da Universidade Federal de Minas
Gerais, como requisito parcial à
obtenção do título de Especialista
em Teorias e Práticas do Ensino de
Leitura e Produção de Textos.

Orientador: Prof. Dr. Aderlande
Pereira Ferraz

Belo Horizonte

Julho de 2021

G635n

Gonçalves, Débora Cristina Ferreira.

Neologismos [recurso eletrônico] : uma proposta de ensino para o desenvolvimento da competência lexical / Débora Cristina Ferreira Gonçalves. – 2021.

1 recurso online (53 f.) : pdf.

Orientador: Aderlande Pereira Ferraz.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Língua portuguesa: teorias e práticas de ensino de leitura e produção de texto.

Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras.

Referências: f. 50-53.

Exigências do sistema: Adobe Acrobat Reader.

1. Lexicologia. 2. Língua portuguesa - Neologismos. 3. Língua portuguesa – Estudo e ensino I. Ferraz, Aderlande Pereira. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Letras. III. Título.

CDD: 469.2



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

FACULDADE DE LETRAS

ESPECIALIZAÇÃO EM LÍNGUA PORTUGUESA: Teoria e Práticas de Ensino de Leitura e Produção de Textos

ATA DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DA ALUNA DÉBORA CRISTINA FERREIRA GONÇALVES

Realizou-se, no dia 30 de julho de 2021, às 14:00 horas, de forma remota, a defesa do Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado *NEOLOGISMOS: uma proposta de ensino para o desenvolvimento da competência lexical*, apresentado por DÉBORA CRISTINA FERREIRA GONÇALVES, número de registro 2020654142, como requisito parcial para a obtenção do certificado de Especialista em Língua Portuguesa: Teorias e Práticas de Ensino de Leitura e Produção de Textos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, perante a seguinte Comissão Examinadora: Prof. Aderlande Pereira Ferraz - Orientador (UFMG), Prof. Geraldo José Rodrigues Liska, Profa. Solange Maria Moreira de Campos .

A Comissão considerou o Trabalho:

(X) Aprovado

() Reprovado

Finalizados os trabalhos, lavrei a presente ata que, lida e aprovada, vai assinada por mim e pelos membros da Comissão.

Belo Horizonte, 30 de julho de 2021.

Prof. Aderlande Pereira Ferraz (Doutor)

Prof. Geraldo José Rodrigues Liska (Doutor)

Profa. Solange Maria Moreira de Campos (Mestre)



Documento assinado eletronicamente por **Aderlande Pereira Ferraz, Professor do Magistério Superior**, em 30/07/2021, às 18:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Geraldo Jose Rodrigues Liska, Usuário Externo**, em 30/07/2021, às 18:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Solange Maria Moreira de Campos, Usuário Externo**, em 05/08/2021, às 12:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0821564** e o código CRC **C5F6CA9B**.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela capacidade de superar os diversos desafios que surgiram ao longo deste ano e pela saúde para realizar este trabalho.

Ao meu orientador Aderlande Pereira Ferraz, pela compreensão, atenção, disponibilidade e dedicação durante todo o período de orientação.

A todos os professores do Proleitura, que me instruíram e aos quais devo grande parte do conhecimento que adquiri.

A toda equipe do Proleitura pelo apoio.

Aos meus familiares e amigos, que sempre me incentivaram a estudar.

Aos meus alunos, que são a razão pela minha constante busca por aprendizado.

Resumo

Este trabalho, apoiado em outros de importantes especialistas em estudos lexicais, discute o que é o léxico, a importância do seu ensino em sala de aula, o que é competência lexical e como esta deve ser desenvolvida no aluno, além de propor a elaboração de uma sequência didática que contemple os principais aspectos considerados essenciais para o ensino do léxico.

Dentro da proposta apresentada, acredita-se que o trabalho com neologismos contribui de forma bastante significativa para desenvolver no aluno a competência lexical, pois as mesmas habilidades exigidas para compreender e empregar adequadamente uma nova unidade léxica servem também para qualquer palavra da língua. Por serem, os neologismos, tão recorrentes em textos publicitários, optou-se por esse gênero para a elaboração das atividades.

O intuito deste trabalho é contribuir para o desenvolvimento da competência lexical dos alunos, a fim de solucionar algumas das dificuldades que eles possuem ao ler e ao produzir textos, orais e escritos, em decorrência do despreparo no que diz respeito ao conhecimento e ao uso correto de determinados itens lexicais.

Através da elaboração de uma sequência didática que adota metodologias que visam à habilidade e domínio do léxico por parte do aprendiz, espera-se que professores de língua portuguesa possam ter um direcionamento para o seu trabalho em sala de aula quando forem abordar temas ligados ao ensino de vocabulário.

Palavras-chave: lexicologia; competência lexical; neologismo; ensino de português.

Abstract

Relying on several reference authors on the subject, this paper discusses what the lexicon is, the importance of its teaching in the classroom, what is lexical competence and how it should be developed in the student, in addition to proposing the development of a didactic sequence that contemplates the main aspects considered essential for the teaching of the lexicon.

Within the proposal presented, it is believed that working with neologisms contributes quite significantly to developing lexical competence in the student, because the same skills required to properly understand and employ a new lexical unit also serve any word in the language. Because they are neologisms, so recurrent in advertising texts, we opted for this genre for the elaboration of activities.

The purpose of this work is to contribute to the development of students' lexical competence, in order to solve some of the difficulties they have when reading and producing texts, oral and written, due to unpreparedness with regard to knowledge and the correct use of certain lexical items.

Through the development of a didactic sequence that adopts methodologies aimed at the skill and mastery of the lexicon by the learner, it is expected that Portuguese language teachers can have a direction for their work in the classroom when addressing topics related to vocabulary teaching.

Keywords: lexicology; lexical competence; neologism; teaching Portuguese.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	
JUSTIFICATIVA	6
OBJETIVO GERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
METODOLOGIA	9
1 REVISÃO DE LITERATURA	11
1.1 O ENSINO DO LÉXICO E O DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA LEXICAL	11
1.2 O QUE SIGNIFICA ENSINAR O LÉXICO?.....	11
1.3 A IMPORTÂNCIA DO DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA LEXICAL	14
1.4 PROPOSTA DE ENSINO DO LÉXICO.....	17
2 O ENSINO DO LÉXICO: NEOLOGISMOS	20
2.1 NEOLOGISMO.....	20
2.2 TIPOS DE NEOLOGISMOS	22
2.3 O TRABALHO COM NEOLOGISMOS NAS AULAS DE LÍNGUA PORTUGUESA	23
3 PROPOSTA DE SEQUÊNCIA DIDÁTICA PARA O ENSINO DE NEOLOGISMOS	27
3.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	27
3.2 PROPOSTA DE SEQUÊNCIA DIDÁTICA	28
3.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	49

INTRODUÇÃO

Aprender uma palavra vai muito além de memorizar o seu significado. Empregá-la corretamente em diferentes contextos exige do falante de uma língua determinada competência, advinda de um amplo e aprofundado conhecimento sobre os itens lexicais. Por esse motivo, é importante que os professores de língua proporcionem aos seus alunos as ferramentas necessárias para que sejam capazes de, com autonomia, desenvolver sua própria competência lexical, de modo que saibam lidar não só com as unidades já conhecidas, mas também com os neologismos.

JUSTIFICATIVA

É notória a relevância de se ensinar o léxico nas aulas de língua, pois, dentre as várias razões, é nele que, segundo Antunes, “estão expressas, para cada época, as marcas das visões de mundo que os falantes alimentam, ou os traços que indicam seus ângulos de percepção das coisas” (ANTUNES, 2007, p.42). Para a autora, o léxico não é apenas uma lista de palavras à disposição dos falantes. De acordo com ela, trata-se de um “depositário dos recortes com que cada comunidade vê o mundo, as coisas que a cercam, o sentido de tudo” (ANTUNES, 2007, p.42). O léxico de uma língua, sobretudo, define-se como o elemento que confere às pessoas identidade, tanto quanto membro de um grupo, quanto como indivíduo (ANTUNES, 2007, p.43). Por meio das palavras, frases e textos são criados e a capacidade discursiva desenvolvida. Assim, a palavra é elemento essencial às mais diversas práticas linguísticas e, por isso, precisa ser, sem dúvida, objeto de estudo na sala de aula.

Por ser tão necessária, é esperado que nas aulas de língua o ensino do vocabulário, o trabalho com dicionários, o estudo de neologismos, dentre outros, sejam abordados de maneira produtiva, a fim de ampliar o repertório vocabular do aluno. Essa ampliação, segundo Bezerra, “não significa a aprendizagem de listas de palavras e seus significados, mas o desenvolvimento da competência lexical que envolve reconhecimento e uso das palavras em situações adequadas” (BEZERRA, 1999, p.100). Antunes afirma que a ampliação vocabular é importante por implicar as várias possibilidades cognitivo-comunicativas. Para a autora, ao adquirir um vocabulário mais amplo, o falante pode ter acesso a muitas informações e à

matéria prima “com que se cria e se expressa todo o complexo de nossa atividade verbal” (ANTUNES, 2007, p.43).

A realidade, entretanto, no que diz respeito ao ensino do léxico é outra. Antunes pontua que seu estudo fica em segundo plano em relação à gramática, uma vez que esta assume papel hegemônico nas práticas de ensino e que “na maioria das vezes, o léxico nos livros didáticos se reduz ao processo de formação de palavras” (ANTUNES, 2012, p. 20). Segundo Teles (2000), o ensino do vocabulário nunca teve um espaço significativo no ensino normativo da língua, pois era solicitada aos alunos a memorização de palavras com seus respectivos significados, acreditando que com essa prática o aprendiz adquiriria um campo lexical variado (TELES, 2000, apud, FERREIRA; VIEIRA, 2013, p. 19).

Mesmo com o passar do tempo, ainda percebe-se que o ensino do léxico continua focado na palavra isolada e em sua definição, não solicitando uma reflexão por parte do aluno. O resultado dessa forma de ensino não poderia ser outro: o aprendiz fica limitado a identificar apenas um significado para uma determinada palavra empregada em um contexto específico e não consegue perceber suas variadas significações. Tal fato explica a dificuldade que os estudantes têm em lidar com as palavras, comprometendo o entendimento de seus textos, “principalmente quando tenta utilizar palavras cuja significação não conhece ou mesmo aquelas palavras do seu uso diário, mas que emprega inadequadamente em determinado contexto” (FERREIRA; VIEIRA, 2013, p. 19).

Considerando que a inovação lexical é um item necessário para o aprendizado do léxico de uma língua, também era esperado que fosse um tema recorrente na sala de aula. Mas, segundo Ferraz, a neologia lexical, em grande parte dos livros didáticos é tratada em apenas certos gêneros ou não é sequer abordada. O autor afirma que o estudo da formação de palavras, em certos casos, prioriza a classificação de formas já existentes na língua e não leva em conta a criação de novas unidades lexicais na contemporaneidade (FERRAZ, 2016, p.11). A expectativa era que o léxico no ensino de português fosse explorado sob várias vertentes, tendo como objetivo final o desenvolvimento da competência lexical do aluno e partindo da perspectiva da

criação e variação lexical e da perspectiva da função do léxico na construção do texto (ANTUNES, 2007 apud CARVALHO, 2018, p.55).

Diante dessa realidade, torna-se relevante desenvolver um trabalho que tenha como objetivo apresentar uma proposta de ensino, na qual o estudo do léxico seja contemplado, tendo por base teorias e metodologias que contribuam para o desenvolvimento da competência lexical do aluno. Ademais, vale lembrar que o objetivo do ensino do português é formar usuários da língua competentes com amplo desenvolvimento das competências linguística e comunicativa, que sejam capazes de produzir e compreender textos em diversas situações de comunicação, lembrando que “a capacidade de reagir positivamente diante de qualquer dessas circunstâncias também significa a capacidade de lançar mão de itens lexicais apropriados” (FERRAZ, 2016, p.9). Ao observar o contexto acima apresentado, torna-se urgente também a necessidade de levar para as aulas de língua a neologia lexical, visto que, trata-se de um fenômeno muito recorrente em textos escritos e orais e necessário para a compreensão das mais variadas manifestações linguísticas

OBJETIVO GERAL

Considerando o que revelam os trabalhos de vários estudiosos (ANTUNES 2012; TELES, 2000; FERREIRA; VIEIRA, 2013), este estudo pretende mostrar, com fundamentação teórica, possíveis abordagens do léxico em sala de aula de língua portuguesa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Realizar estudo conceitual de neologia e seus processos, bem como dos critérios para identificação do neologismo.
- b) Apresentar uma proposta de ensino do léxico, trabalhando especificamente com neologismos do português contemporâneo, presentes em textos publicitários.
- c) Elaborar atividades que desenvolvam a habilidade de compreender os usos da palavra, de relacioná-la ao contexto de produção, de inferir significados possíveis, de observar sua composição, de criar de forma autônoma paradigmas e, principalmente, de saber empregá-la na produção de seus textos orais e escritos.

METODOLOGIA

Com base nos estudos de alguns autores que são referência no ensino do léxico, este trabalho traz uma abordagem possível para o desenvolvimento da competência lexical. Através de atividades que exploram os neologismos dentro de uma perspectiva diferente da tradicional e utilizando textos publicitários, que poderão ser levados para a sala de aula, foi elaborada uma sequência didática que conduzirá os alunos a um aprendizado real do léxico, em especial de novas unidades lexicais, para que sejam capazes de lançar mão dos recursos disponíveis na língua a fim de atender com excelência os mais variados propósitos comunicativos.

As atividades foram elaboradas de forma que os próprios alunos pudessem refletir sobre o uso dos neologismos, sobre sua função e sobre seus possíveis significados dentro dos textos apresentados, além de participarem da construção dos conceitos, sem a preocupação de se prenderem a eles, já que o intuito maior é que desenvolvam a habilidade de depreender o significado das novas unidades lexicais, conhecendo sua estrutura e funcionamento nos mais diversos textos que recebem e utilizá-las, com êxito, em suas produções escritas ou orais.

Compondo todo o desenvolvimento do trabalho, esta monografia segue organizada como se apresenta a seguir.

No primeiro capítulo, procurando fazer uma revisão da literatura pertinente ao desenvolvimento da competência lexical, busca-se refletir sobre o que é ensinar o léxico após a apresentação de uma definição do termo. A tentativa é mostrar o quanto léxico de uma língua carrega marcas identitárias de uma sociedade e de um indivíduo e essa razão, por si só, já é um bom motivo para ser um tema presente nas aulas de língua. Ademais, adquirir um vocabulário amplo expande as possibilidades de interação do falante em diferentes situações de comunicação. A partir dessa compreensão, discute-se que ensinar o léxico não é apenas listar palavras com seus respectivos sinônimos e esperar que o aluno as memorize, pois esse método, como já atestado por muitos estudiosos, não garante que o aprendiz saberá empregar um item lexical nos diversos contextos de uso da língua. Nesse capítulo, enfatiza-se, a partir da leitura de alguns autores, que ensinar o léxico é abarcar

todos os aspectos possíveis que envolvem a palavra, a fim de direcionar o aprendiz a um processamento mais completo da unidade lexical e garantir que ele saiba identificá-la e empregá-la de forma eficiente nos mais variados discursos.

No segundo capítulo, fazendo também uma revisão da literatura sobre as formações neológicas, é apresentada uma definição de neologismo baseada no critério lexicográfico, o qual é adotado em todo o trabalho. Além da definição, são expostos também os tipos de neologismos presentes na língua portuguesa, conforme Alves (2004). Em seguida, através da breve apresentação do trabalho de alguns professores pesquisadores, são discutidas algumas práticas relacionadas ao ensino do léxico e em especial de neologismos em sala de aula. Esses trabalhos serviram de respaldo para a construção de uma sequência didática no terceiro capítulo. Foram utilizados como referência por fugirem de uma abordagem tradicional da neologia e das rotineiras e cansativas classificações que não são eficazes para o desenvolvimento da competência linguística do aprendiz.

O último capítulo, aproveitando todo o referencial teórico apresentado, traz uma sequência didática baseada no modelo proposto por Dolz; Noverraz e Schneuwly (2013). Busca-se, através dessa sequência, construir, juntamente com os alunos, o conhecimento relativo ao léxico e aos neologismos por meio de atividades que os levam a pensar e analisar, criando suas próprias conclusões a respeito do conteúdo abordado, levando-os a participarem do processo de aprendizagem. Visando também o desenvolvimento da competência lexical, as atividades conduzem os alunos a compreenderem os usos dos neologismos nos textos publicitários, seu processo de formação e sua função na comunicação. Desta forma, o aluno será capaz de identificar em diferentes situações comunicativas as novas unidades lexicais e depreender com facilidade o significado de cada uma delas. Assim, espera-se que este trabalho contribua significativamente para uma das principais razões de se ensinar a língua portuguesa: a de que seus usuários aperfeiçoem suas práticas de comunicação, dominando com excelência sua própria língua.

1. O ENSINO DO LÉXICO E O DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA LEXICAL

O objetivo principal do ensino do léxico em sala de aula não é outro, senão, o desenvolvimento da competência lexical e consequentemente da competência linguística do falante. Ao discutir o significado do léxico e a importância de se desenvolver no falante tais competências, procura-se buscar uma justificativa para que o vocabulário seja, de fato, explorado em sala de aula, de forma a desenvolver no aluno a capacidade de se comunicar em diferentes situações de uso da língua. Em seguida, torna-se necessário recorrer a algumas propostas de ensino do léxico eficazes, diferentes das que vêm sendo adotadas pelo ensino normativo, no qual o vocabulário, muitas vezes, ou era deixado de lado, ou era trabalhado em forma de listas prontas a serem memorizadas pelos aprendizes.

1.1. O QUE SIGNIFICA ENSINAR O LÉXICO?

Antes de iniciar uma abordagem sobre o significado de se ensinar o léxico é necessário apresentar a definição do termo. De modo geral, entende-se por léxico o conjunto total de palavras de uma determinada língua. É, segundo Basílio, uma espécie de banco de dados previamente classificados, um depósito de elementos de designações, o qual fornece unidades básicas para a construção do enunciado (BASÍLIO, 2014, p.9).

Ao levar em conta a dimensão social da língua, é possível ver, no léxico, o patrimônio cultural de uma comunidade que é passado de geração a geração como signos operacionais. É através dos nomes que o homem exerce a sua capacidade de exprimir sentimentos e ideias, de cristalizar conceitos. Além disso, o léxico de uma língua constitui um arquivo que armazena e acumula as aquisições culturais representativas de uma sociedade, refletindo percepções e experiências multisseculares de um povo, podendo, por isso, ser considerado testemunho de uma época (SEABRA, 2015, p.73). Segundo Faraco, o léxico revela traços de uma cultura, pois, através dele, é possível identificar traços relevantes dos grupos sociais (FARACO, 1991, p.25).

Diante de tais definições cabe a pergunta pela real necessidade de se ensinar o léxico, visto que é esperado que o aluno, enquanto falante pertencente a uma determinada comunidade, já o domine consideravelmente.

Há perspectivas de ensino, por exemplo, que defendem que o léxico pode ser aprendido de forma incidental, bastando apenas a exposição do aluno à leitura (Gil, 2016, p. 450).

Um direcionamento dado em busca de respostas a essa questão é o de se repensar o que significa o ensino do léxico, que não se deve limitar em isolar palavras de seu contexto significativo e comunicativo, criando uma lista de seus sinônimos a serem memorizados pelos alunos, como ocorre no ensino tradicional de língua materna e estrangeira. Conforme Gil, a prática de ensino de língua, tanto materna quanto estrangeira, está fundamentada no que ela chama de princípio da equivalência lexical, fruto da visão estruturalista da linguagem (Gil, 2016, p. 448). Para a professora, o uso da sinonímia, no caso da língua materna, e a tradução literal, no caso da língua estrangeira, são as práticas mais emblemáticas do ensino tradicional, provavelmente (Gil, 2016, p. 448). Oxford e Scarcella (1994) afirmam que práticas como essas, nas quais o vocabulário não é preparado pelo professor por ser considerado menos relevante em relação à estrutura gramatical e em que as palavras são explicadas com sinônimos, à medida em que aparecem no texto, cabendo o aluno à tarefa de memorização, são atividades descontextualizadas (OXFORD e SCARCELLA, 1994, apud GIL, 2016, p. 448).

Para Jocelia P. Basso, o conhecimento de uma unidade lexical envolve mais do que a apreensão do significado, como revela a tradição antiga (BASSO, 2007 apud GIL, 2016, p.448). Para ela, o conhecimento de uma unidade lexical envolve o conhecimento da polissemia, das convencionais relações sintagmáticas que a unidade lexical estabelece, assim como das informações fonológicas, morfológicas, sintáticas nela contidas e, no nível do discurso, da sua adequabilidade estilística (BASSO, 2007 apud GIL, 2016, p.449).

Tal consideração levantada por Basso sobre o conhecimento de uma unidade lexical, já é uma boa razão para que o ensino do léxico adquira um lugar de destaque nas aulas de língua. Com essa afirmação é possível pensar na resposta à questão sobre a necessidade do ensino do léxico. Ao adotar a noção de que o trabalho com vocabulário em sala de aula vai além da memorização de palavras e seus respectivos sinônimos, é possível compreender que se trata de um conteúdo necessário às aulas de línguas,

muito relevante, senão o mais essencial, desde que abarcado de forma diferente da tradicional.

Conforme Leffa (2000), o aprendiz da língua precisa ser conduzido a compreender o que o falante nativo da língua sabe, em geral, sobre uma unidade lexical. Para o autor alguns dos conhecimentos necessários são: 1) a probabilidade de ocorrência da unidade lexical; 2) as unidades lexicais que podem e costumam acompanhar outras (colocabilidade); 3) os principais compostos formados pela unidade lexical; 4) as restrições de registro da unidade lexical; 5) as derivações e flexões da unidade; 6) a classe gramatical a que pertence a unidade lexical; 7) as relações paradigmáticas que a unidade lexical estabelece; 8) os valores denotativos e conotativos da unidade lexical (LEFFA 2000, P.32-33).

Em relação à questão de o aprendizado do léxico se dar de forma incidental ou não, Gil afirma que as práticas incidentais podem se aliar às intencionais, tendo o professor como mediador, que irá proporcionar experiências do estudante com a unidade lexical que incluam “diferentes tipos de elaboração mental”, conceito proposto por Leffa (2000).

Tanto na aprendizagem incidental como na intencional, uma variável importante é a profundidade de processamento que ocorre em relação à palavra que está sendo adquirida. O processamento é tão mais profundo quanto maior for o número de experiências vividas pelo sujeito envolvendo a palavra em questão, incluindo diferentes tipos de elaboração mental: repetição, escrita e reescrita, tradução, uso do contexto, paráfrase, etc, (LEFFA, 2000, p.36).

Gil afirma que práticas que exploram contextos linguísticos e extralinguísticos do item lexical, por meio da sinonímia, antonímia, hiperonímia, hponímia, relação sintagmática, formação, aliadas à definição do enunciador, coenunciador, condições de produção, circulação e recepção do texto como o tempo, local e suporte, por exemplo, direcionam o aprendiz a um processamento mais completo da unidade lexical (GIL, 2016, p.450). Isso significa que conhecer o léxico vai muito além da memorização de palavras, é conhecê-las em sua totalidade e saber empregá-las de forma contextualizada, atendendo aos objetivos da comunicação.

Ensinar o léxico, portanto, significa proporcionar experiências aos alunos de modo que estes não apenas memorizem o significado de um item lexical, mas que sejam capazes de em diferentes situações comunicativas, recorrer a usos mais apropriados, tendo consciência do valor semântico do termo escolhido e das suas propriedades morfosintáticas, pragmáticas e discursivas. É, sem dúvida, mostrar aos falantes o quanto a língua é viva e dinâmica. Para isso é importante que o professor de língua, segundo Gil, selecione o item lexical do texto e eleja anteriormente de que aspectos irá tratar a cada vez. Caso identifique mais de um sentido em uma unidade lexical, deverá escolher por qual deles irá começar e em seguida, estabelecer as relações entre eles, considerando a função gramatical, os morfemas que a constituem e contribuem para o sentido, os campos semânticos a que podem pertencer, a frequência e outros aspectos da palavra que considerar relevantes (GIL, 2016, p.451).

Ensinar o léxico a partir de uma abordagem como a proposta pelos autores acima é uma das formas de contribuir para o desenvolvimento da competência lexical do falante, tornando-o apto a ler e a produzir textos em diferentes modalidades e situações de comunicação. É habilitá-lo a lançar mão dos recursos disponíveis na língua a fim de atender com excelência os mais variados propósitos comunicativos. Em outras palavras, é romper as barreiras que, geralmente, existem entre o aluno e o texto (oral ou escrito), as quais o levam a desistir da leitura/escuta por não conhecer determinado vocabulário, e rejeitar a produção de textos em diferentes modalidades, por não ter disponíveis palavras em seu repertório para expressar suas intenções, ideias e opiniões.

1.2. A IMPORTÂNCIA DO DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA LEXICAL

Segundo Ferraz, a competência lexical é a capacidade de compreender as palavras, sua estrutura e suas relações de sentido com outros itens lexicais da língua (FERRAZ, 2016, p.9). Trata-se, segundo o autor, do conhecimento que se tem para utilizar com propriedade uma palavra do léxico de uma língua como capacidade de reconhecer, interpretar e relacionar as palavras dessa mesma língua nas modalidades oral e escrita. Ela é condição fundamental para desenvolver no aluno habilidades de

compreensão e produção textual (FERRAZ, 2016, p.9). Para Basílio, a competência lexical é o “conhecimento internalizado do falante nativo sobre o léxico de sua língua, abrangendo itens lexicais, relações lexicais e processos de formação” (BASÍLIO, 2014, p. 90). Tal conhecimento, segundo Sandman, é responsável por fixar vinte e cinco regras que conduzem à formação de novas unidades e limitar essas formações, gerando bloqueios e restrições de unidades não previstas pelo sistema linguístico (SANDMAN 1991, p. 14).

Sabidamente, Ferraz afirma que o desenvolvimento lexical do usuário está condicionado a determinados fatores, desde a sua competência lexical a fatores externos, como as condições de produção do discurso, o grau de formalidade, os interlocutores, o local de produção, etc. (FERRAZ, 2016, p.10). Para o autor, a competência lexical do usuário é caracterizada pelo domínio de parte do léxico geral e dos padrões lexicais que possibilitam a sua realização, produção e interpretação nos discursos, sejam eles orais ou escritos. É caracterizada também pela formação de novas unidades lexicais consideradas boas ou aceitáveis e pela rejeição de formações de unidades inaceitáveis no sistema (FERRAZ, 2016, p.10). Isso revela, de certo modo, que cada indivíduo, ao dominar uma língua, adquire o seu repertório lexical que não é idêntico ao de outro usuário da língua, nem em relação à competência, nem em relação ao desenvolvimento lexical (FERRAZ, 2016, p.10).

Ferraz explica que o falante demonstra seu conhecimento das regras lexicais e seu repertório lexical por meio do vocabulário ativo e do vocabulário passivo, que são complementares e simultâneos. O vocabulário ativo, salienta Ferraz, representa as palavras usadas com regularidade, já o passivo, trata-se do conjunto de palavras que o usuário reconhece, mas se sente inseguro por não ter certeza sobre sua adequação ao contexto (FERRAZ, 2016, p.11). De forma bastante didática, o autor explica que na passagem do vocabulário passivo para o ativo, há o vocabulário de transição, que é formado de palavras relativamente conhecidas, eventualmente empregadas apenas na escrita (FERRAZ, 2016, p.11). Desta forma, segundo ele, um dos processos necessários para desenvolver a competência lexical do aluno, então, seria propiciar situações que

permitam transferir itens lexicais do vocabulário passivo para seu vocabulário ativo (FERRAZ, 2016, p.11).

Pensando nas propostas de ensino do léxico, Bezerra (1998) menciona os estudos de Tréville e Duquette (1996) que mostram que a competência lexical compreende cinco componentes: a) componente linguístico (relativo à palavra e à frase) – constituído pelo conhecimento das formas oral e escrita dos itens lexicais, de sua estrutura, de seus diversos sentidos, de suas relações morfossintáticas e de seus contextos privilegiados; b) componente discursivo – constituído pelo conhecimento da combinação das palavras com as séries lexicais que apresentam relações lógico-semânticas entre si (regras de coesão, coerência, co-ocorrência); c) componente referencial – conhecimento relativo às experiências pessoais, aos objetos do mundo e suas relações e que permite prever, no discurso, as sequências lexicais correspondentes a estereótipos de comportamentos sociais; d) componente sociocultural – constituído pelo conhecimento do valor das palavras de acordo com os registros linguísticos, de seus significados culturais e de seu emprego de acordo com as situações de comunicação; e e) componente estratégico – capacidade de manusear as palavras em suas redes associativas com o objetivo de esclarecer, resolver um problema de comunicação e capacidade de superar o desconhecimento de palavras por procedimentos de inferência a partir de pistas contextuais (compreensão) ou de formulações aproximadas, paráfrases e definições (produção) (Tréville e Duquette, 1996, apud BEZERRA, 1998, p.98).

Sobre a importância de se desenvolver no aluno a competência lexical, Bezerra afirma que o reconhecimento imediato do vocabulário contribui para o processo de leitura e produção de textos, pois dinamiza a competência discursiva (BEZERRA, 2000, p. 224). Ela destaca que vários são os fatores envolvidos nesse processo de recepção e criação de textos; dentre eles, o desejo de originalidade, a vontade de se fazer entender. Em consonância com Bezerra, Zilles afirma que o aumento do conhecimento lexical leva a um desenvolvimento das habilidades dos alunos tanto em termos receptivos - leitura e compreensão oral- como produtivos - fala e escrita. (ZILLES, 2003, p. 5 apud FERREIRA; VIEIRA, 2013, p.25).

Destarte, é possível verificar que a competência lexical é essencial para a competência comunicativa. Ignorar o estudo do léxico nas aulas de língua portuguesa é, sem dúvida, negar todas essas potencialidades que ele pode trazer na formação dos usuários. Conforme Almeida Filho (2005, p.81), “aprender uma língua não é mais somente aprender outro sistema, nem só passar informações ao interlocutor, mas sim, constituir no discurso (a partir de contextos sociais concretos e experiências prévias) ações sociais (e culturais) apropriadas” (ALMEIDA, 2005, apud NOGUEIRA, 2008, p. 104). Retomando Gil, compreende-se que a competência lexical deve ser entendida como competência léxico-gramatical e léxico discursiva, pois deve envolver aspectos gramaticais e o sentido da unidade lexical deve depender das condições de produção, circulação e recepção do texto em que ela está atualizada (GIL, 2016, p.447). A partir dessas considerações levantadas por esses autores, surge a necessidade de se pensar em propostas de ensino que de fato adotem uma metodologia que contribua para o desenvolvimento da competência lexical.

1.3. PROPOSTA DE ENSINO DO LÉXICO

Após a compreensão do que é o léxico e da importância do seu ensino para o desenvolvimento da competência lexical, torna-se necessária a busca por propostas de ensino eficazes, capazes de fornecer ao falante de uma língua os recursos e as estratégias imprescindíveis a sua competência comunicativa. Como afirma Antunes:

Não se pode esperar que o falante descubra sozinho um conjunto tão complexo e tão heterogêneo de regras e normas, que, ainda por cima, admitem toda a flexibilidade permitida pela natureza eminentemente funcional da língua (ANTUNES, 2007, p.51).

Segundo Antunes, o professor tem um papel fundamental no desenvolvimento da competência lexical do aluno, pois diante sistema tão complexo como é a língua, não se deve esperar que o falante aprenda sozinho todo o seu funcionamento. E, assim como Ilari e Basso (2006, p.224), Antunes reitera que o professor de línguas não deve fazer “do conhecimento gramatical o único fundamento de sua autoridade”, pois “a língua excede a gramática” (ILARI; BASSO, 2006, p. 226). A partir desse postulado, Antunes (2006, p.45-

81) fala em algumas implicações para o ensino do léxico, destacando quinze pontos fundamentais para o trabalho com o vocabulário em sala de aula.

Os pontos destacados por Antunes que todo falante, para ser eficaz, precisa saber, são: 1) Que tipo de vocabulário usar; 2) que tipo de sequências textuais adotar; 3) que gênero de texto é mais adequado à situação de interação em foco; 4) como cada gênero de texto se compõe; 5) quem é ou quem são seus interlocutores; 6) em que modalidade (escrita ou oral) convém se expressar; 7) ter o que dizer; 8) qual o registro mais apropriado (formal ou informal); 9) quais são os objetivos ou propósitos comunicativos; 10) quais ideias, informações ou dados podem ser supostos como já sabidos; 11) que pontos selecionar, dentre eles, o que focalizar; 12) que postura adotar frente ao que é dito; 13) que recursos de coesão usar; 14) que relações estabelecer, que integrações operar, de maneira a garantir a unidade, a harmonia ou a coerência e 15) o que incorporar, explícita e implicitamente, de outros textos (ANTUNES, 2006, p.45-81).

Destacando alguns pontos mencionados por Antunes, identificamos a necessidade de o falante saber quando empregar o vocabulário técnico, especializado, comum, literal, coloquial e assim em diante, e para isso, necessita de um amplo repertório. Para isso, convém propor atividades que explorem variedades lexicais com ênfase na ampliação do repertório disponível (ANTUNES, 2006, p.45). A autora sugere ir “além das listas de sinônimos” e incluir, na sequência dos textos, a exploração de antônimos, de palavras de sentido afim, de hiperônimos e de partônimos. Além disso, Antunes orienta, “procurar ainda, reconhecer os contextos onde esses tipos de palavras mais tipicamente ocorrem” (ANTUNES, 2006, p.45).

Antunes também destaca a necessidade de explorar o “espírito do processo de formação de palavras”, que, segundo ela, significa “explorar as possibilidades do léxico de abrir-se indefinidamente à incorporação de novas palavras, criadas no interior da língua ou trazidas de fora; adaptadas ou ressignificadas” de modo que o falante se sinta fazendo parte do processo de criação e “participando da *vida do léxico*” (ANTUNES, 2006, p.45). Outro destaque dado é em relação aos interlocutores. O falante, precisa saber a quem está sendo direcionado seu discurso, e, só assim, poderá definir suas escolhas lexicais, ou seja, se irá utilizar um vocabulário

que o aproxima ou o distancia de seu interlocutor. A partir desses pontos levantados por Antunes, é perceptível que o ensino do léxico não é possível longe da noção de contextualização, pois as palavras estão a serviço dos falantes para que sejam utilizadas em seu favor nas mais variadas situações discursivas.

Pensando também no trabalho com o léxico em sala de aula, Richards (1976) afirma que é fundamental para o usuário da língua conhecer as possibilidades associativas de uma unidade lexical e é uma das habilidades a serem trabalhadas para que o desenvolvimento da competência lexical ocorra (RICHARDS, 1976, apud CARVALHO, 2018, p.85). Logo, um trabalho sistemático que evidencie o caráter semânticoassociativo de composições sintagmáticas formadas a partir de vocábulos produtivos dentro dos mais variados textos irá colaborar com ampliação lexical qualitativa do falante.

Um caminho apontado por Paribakht e Wesche (1999 apud ZILLES, 2003) após um estudo sobre inferência léxica é o de que implicações pedagógicas que têm como objetivo a expansão de vocabulário devem, no mínimo, levar em conta:

- a) a importância de se selecionar textos apropriados, utilizando-se de critérios que incluam o interesse e a relevância de tópicos e um nível de dificuldade adequado; b) a importância de se determinar tarefas apropriadas, ou seja, “tarefas que garantam que os aprendizes façam o que eles precisam fazer para desenvolver seu conhecimento de vocabulário”; c) a utilidade de se criar no aprendiz a consciência de como o conhecimento de um novo vocabulário pode ser acessado através de leitura e de atividades relacionadas. (1999 apud ZILLES, 2003, p. 124)

Assim, como afirma Ferreira e Vieira, em relação ao trabalho com o vocabulário na escola, “deve-se considerar a sua intrínseca relação com os conhecimentos linguísticos, sociocognitivos e interacionais” (FERREIRA; VIEIRA, 2013, p.26-27). Deste modo, a fim de que as propostas apresentadas pelos autores acima possam ser contempladas, propõe-se neste trabalho um ensino do léxico voltado para os neologismos, já que se trata de um conteúdo pouco explorado nos livros didáticos e em sala de aula.

2. O ENSINO DO LÉXICO: NEOLOGISMOS

Segundo Ferraz (2019), para muitos estudiosos como Alves (1984, p. 121 e 1990, p. 10), Sandmann (1989, p.8) e Cabré (1983), a noção de neologismo está relacionada ao dicionário, ou seja, uma palavra é considerada nova quando ainda não estiver registrada em um dicionário de língua. No entanto, segundo ele, vez ou outra, algumas questões são levantadas entre vários estudiosos na busca de saber quais elementos identificam o neologismo, ou como atestar e demonstrar “o sentimento de novidade perante uma unidade léxica considerada nova” ou, em outros dizeres, “quais as condições que um item léxico teria de cumprir para ser considerado um neologismo” (FERRAZ, 2019, p.53).

Em relação às questões que são levantadas em torno da neologia, Ferraz apresenta alguns critérios de dois estudiosos, Guilbert (1975, p.34) e Boulanger (1979) sintetizadas em Cabré (1993, p.445), para a identificação de um neologismo: “critério diacrônico” (se surgir em um período recente, será uma unidade neológica) considerações de; “critério lexicográfico” (será neológica se ainda não estiver registrada em um dicionário de língua); “critério de instabilidade sistemática” (será neológica a unidade que apresentar instabilidade formal [fonética, morfológica ou gráfica]) e semântica; “critério psicológico” (será neológica a unidade se os falantes da língua a perceberem com sensação de novidade) (FERRAZ, 2019, p. 53).

Apesar de carecer de maior precisão, pelo fato de os dicionários não serem atualizados com frequência, neste trabalho, o critério adotado será o lexicográfico, por ser prático e objetivo. É a partir desse critério, adotado por Alves (2004) e por diversos autores, que é apresentada uma definição de neologismo e uma proposta de sequência didática.

2.1. NEOLOGISMO

A neologia, segundo Alves, é “o processo de criação lexical”, portanto neologismo é o nome dado ao “elemento resultante, a nova palavra” (ALVES, 2004, p.5). Ainda, de acordo com a ela, o neologismo pode ser formado por elementos oriundos da própria língua, por processos autóctones, ou por itens léxicos provenientes de outros sistemas linguísticos, os quais têm sido empregados de forma ampla na língua

portuguesa, tanto diacrônica como sincronicamente (ALVES, 2004, p.5). A autora explica:

O estudo da história da língua portuguesa nos revela que o léxico português, basicamente de origem latina, tem ampliado seu acervo por meio de mecanismos oriundos do latim, a derivação e a composição. Além desses recursos, que utilizam elementos da própria língua, o idioma português tem herdado unidades léxicas de outros sistemas linguísticos desde o início de sua formação: empréstimos provenientes de contatos íntimos entre a comunidade de fala portuguesa e outros povos (influência celta, fenícia, basca, bárbara, árabe, africana e tupi) e empréstimos culturais, frutos de relações sociais luso-brasileiras e com outras sociedades (origem provençal, francesa, espanhola e italiana) (ALVES, 2004, p.5-6).

Isso revela a dinamicidade da língua portuguesa desde a sua formação e, até hoje, tem recebido empréstimos, principalmente da língua inglesa. Palavras incorporadas ao nosso léxico como *lockdown*, *home office*, *delivery*, *live*, que se tornaram tão frequentes desde 2020, são exemplos. Também vale lembrar que o acervo de todas as línguas vivas se renova, pois algumas palavras deixam de ser usadas e outras são criadas pelos falantes de uma determinada comunidade linguística (ALVES, 2004, p.5). No caso dos exemplos mencionados, foram importados para o português brasileiro mediante a necessidade da comunidade em tempos de pandemia, mostrando que a língua se adapta às exigências do ato comunicativo.

Guilbert (1975) destaca os principais motivos que desencadeiam o processo de criação lexical, a saber: a) a necessidade de nomear objetos, conceitos ou outras realidades ainda não experimentadas pela sociedade; b) a necessidade de recorrer à criação neológica estilística para se expressar melhor, geralmente de uso efêmero; c) o fato de certas unidades lexicais, apesar de não serem identificadas como novas, não se encontrarem em dicionários de língua; d) o uso disseminado de formantes novos ou já existentes que dão origem a vários neologismos como, por exemplo, *super-*, *-ada* e *-eiro* (GUILBERT, 1975 apud FERRAZ, 2006, p.222-223).

Segundo Ferraz (2006), para reunir neologismos em seu conjunto, o léxico vale-se de três processos: 1) neologia formal – são formadas palavras por meio de métodos e elementos pertencentes à própria língua, caso das derivações, composições, fraseologismos, siglagens e outros; 2) neologia semântica – por meio da mudança de significado de unidades lexicais já existentes ou da

expansão de sentido; 3) neologia de empréstimo – unidades lexicais obtidas de sistemas linguísticos estrangeiros, podendo estar adaptadas ou não à nova língua (FERRAZ, 2006, p.221-222).

2.2. TIPOS DE NEOLOGISMOS

Além dos empréstimos, segundo Alves (2004), há outros processos neológicos no português contemporâneo, são eles: fonológicos, sintáticos, semânticos, e os que ela chama de outros processos (truncção, palavra-valise, reduplicação e derivação regressiva). Sintetizando os estudos de Alves, o neologismo por empréstimos, segundo a autora, pode-se manifestar em diferentes níveis: 1) Estrangeirismo: “no primeiro momento [...] sentido como externo ao vernáculo dessa língua”, “ainda não faz parte do acervo lexical do idioma”. 2) Integração do neologismo por empréstimo: “ocorre quando se está integrando à língua receptora”, podendo se manifestar “através da adaptação gráfica, morfológica e semântica”. 3) Decalque: “de difícil reconhecimento, pois consiste na versão literal do item léxico estrangeiro para a língua receptora”.

Quanto à neologia essencialmente fonológica, Alves (2004) afirma que esta supõe a criação de um item léxico cujo significante seja totalmente inédito, o que a torna um fenômeno raro em todas as línguas. Já os neologismos sintáticos, diferentemente dos fonológicos, estes supõem a combinatória de elementos já existentes no sistema linguístico português. São designados sintáticos porque a combinação de seus membros não se limita ao âmbito lexical, mas também ao nível frásico e geralmente são classificados como derivados, compostos, compostos sintagmáticos e compostos formados por siglas ou acronímicos (ALVES, 2004, p. 14).

Os neologismos semânticos são criados sem que haja modificações formais em unidades léxicas já existentes. Segundo Alves, o neologismo semântico mais usual ocorre quando há mudança no conjunto dos semas referentes a uma unidade léxica, podendo ocorrer por meio de processos estilísticos da metáfora, da metonímia, etc. (ALVES, 2004, p. 62). Já os outros processos neológicos são: truncção (tipo de abreviação em que uma parte da sequência lexical, geralmente a final, é eliminada), palavra-valise (também se manifesta um tipo de redução em que uma ou duas bases são privadas de parte de seus elementos para formar o novo item léxico), reduplicação (refere-se a um

recurso morfológico em que uma mesma base é repetida duas ou mais vezes) e derivação regressiva (quando há suspensão de um elemento de caráter sufixal).

Ferraz (2006) afirma que o léxico de uma língua, para incorporar novas unidades, recorre basicamente a três mecanismos: a) neologia formal: construção de palavras por meio de regras do próprio sistema linguístico, com o uso de procedimentos formais internos no nível morfológico, sintático e fonológico; b) neologia semântica: expansão de sentido de unidades léxicas já existentes; c) neologia de empréstimos: importação de unidades léxicas de outros sistemas linguísticos, adaptadas ou não a nova língua (FERRAZ, 2006, p.221-222).

2.3. O TRABALHO COM NEOLOGISMOS NAS AULAS DE LÍNGUA PORTUGUESA

Após destacar a importância do ensino do léxico para o desenvolvimento da competência lexical e apresentar uma breve noção de neologismo, surgem algumas questões: Para que o trabalho com neologismos em sala de aula? De que forma o ensino de neologismo irá contribuir para o desenvolvimento da competência lexical dos alunos? Como deve ser o trabalho com neologismo de forma a alcançar o êxito esperado? Todas essas questões são, de fato, relevantes para nortear o trabalho do professor de língua portuguesa.

Segundo Maroneze e Bazarin (2008), a palavra neologismo aparece uma única vez nos Parâmetros Curriculares Nacionais para o Ensino Fundamental II (PCNs) e, mesmo assim, no item que trata da prática de análise linguística (MARONEZE; BAZARIN, 2008, p.4). Por outro lado, conforme os autores, na parte dedicada ao léxico, os PCNs mostram que situações didáticas para que o aluno aprenda novas palavras devem ser criadas, pois “o domínio de amplo vocabulário cumpre papel essencial entre as habilidades do leitor proficiente” (BRASIL, 1998, p.84).

O trabalho com o neologismo em sala de aula pode ter um papel relevante no aprimoramento das estratégias de leitura. Para Maroneze e Bazarin (2008), as mesmas estratégias utilizadas pelos alunos para construir o significado de um neologismo, podem servir para a compreensão de uma unidade lexical por ele desconhecida, mesmo que esta não seja um neologismo (MARONEZE;

BAZARIN, 2008, p.5). Ainda, conforme os autores, além da importância dos neologismos no processo de leitura como vocabulário passivo, também podem aumentar o vocabulário ativo, se incorporados às produções textuais dos alunos (MARONEZE; BAZARIN, 2008, p.5). Uma vez, tendo seu repertório vocabular ampliado, os alunos irão adquirir competência para interpretar e produzir uma diversidade maior de textos sem esbarrar nas dificuldades em decifrar o sentido de determinadas palavras.

Ao refletir sobre as estratégias para o ensino de neologismo em sala de aula Maroneze e Bazarin levantam algumas questões:

Devemos planejar atividades para que o aluno reconheça e interprete os neologismos e os empregue adequadamente? Como abordar a neologia sem correr o risco de considerá-la um desvio ou um fenômeno raro restrito a alguns gêneros, portanto realizável somente por determinados grupos de falantes “autorizados” ou “marginalizados”? Como abordar o processo de formação de novas unidades lexicais sem realizar uma descrição teórica desvinculada da realidade da língua em uso, sem utilizar como exemplos somente palavras consagradas advindas, sobretudo, dos gêneros de caráter artístico? Que critérios para a identificação de neologismos podem ser apresentados para o aluno além da consciência intuitiva do falante? (MARONEZE; BAZARIN, 2008, p.12).

Na tentativa de superar esses desafios, os autores acima mencionados, organizaram uma sequência didática na qual estão articuladas atividades de leitura, produção e análise linguística. Nessa sequência, foi proposta aos alunos uma produção inicial para o levantamento de um diagnóstico a fim de identificar a dificuldade dos alunos em relação à escrita. Em seguida, os autores procuram construir um conhecimento sobre o gênero escolhido (reportagem). Na análise linguística, primeiramente o conceito de neologismo é construído a partir da análise das palavras que aparecem no texto trabalhado. Em seguida, os alunos são levados a identificar outros neologismos no texto através de algumas pistas (palavras em que há alguma marca tipográfica: itálico, aspas; palavras unidas por hífen; palavras em que há afixos; palavras que são acompanhadas por definições, paráfrases ou explicações). Posteriormente, os alunos são conduzidos a compreender o processo de uma forma bem didática, não se limitando a definições, mas buscando comparar os neologismos e agrupá-los conforme o processo de formação de cada um. Por

fim, os alunos são motivados a criarem palavras novas e a reescreverem sua produção inicial.

Essa proposta apresentada por Maroneze e Bazarin, ao utilizar textos da contemporaneidade, se destaca por escapar de uma abordagem tradicional da neologia, que se restringe ao trabalho com gêneros literários e a um tratamento diacrônico dos processos de formação de palavras. Esse tipo de abordagem é fundamental, pois foge das rotineiras e cansativas classificações que não são eficazes para o desenvolvimento da competência linguística do aprendiz. Além disso, tem relevância, por salientar a função da criação de palavras na tentativa de atender uma demanda dos usuários da língua, contemplando também, a possibilidade de criação de novas palavras. Pode-se observar a busca por parte dos autores em construir o conhecimento sobre as novas unidades lexicais juntamente com os alunos através de atividades que os levam a pensar e analisar, criando suas próprias conclusões a respeito do uso de neologismos. Esse tipo de trabalho, sem dúvida, preconiza um método de ensino no qual o aluno também participa e pode de fato entender as situações reais de uso da língua.

Aderlande Ferraz (2019) também propõe um trabalho com neologismos com o intuito de aprimorar a competência lexical. Para isso, utiliza o gênero publicitário no qual, segundo o autor, há uma grande manifestação de criação lexical para a construção de um discurso persuasivo, objetivando a adesão do receptor/consumidor. O autor reitera que a linguagem publicitária é permanentemente impulsionada a renovar-se “não apenas para nomear mercadorias, mas, sobretudo, para tecer enunciados cheios de apelos estilísticos que procuram divertir, motivar seduzir, fazer sonhar, excitar ou entusiasmar, tornando, assim, a produção de neologismos um fator inevitável”. (FERRAZ, 2010, p. 258 apud FERRAZ, 2019, p. 52). Por isso, segundo Ferraz, ela é também responsável por forçar uma contínua transformação linguística na língua portuguesa. Assim sendo, os textos publicitários são excelentes materiais para se trabalhar com neologismos em sala de aula, e da mesma forma que os textos jornalísticos, conduzem a um ensino diferente do tradicional, já que os textos escolhidos podem ser da contemporaneidade.

Outro trabalho muito relevante sobre o ensino de neologismos através do gênero publicitário é o desenvolvido por Élide Ferreira Martins (2016). Atendo-

se aos neologismos semânticos, a autora, através de uma sequência didática, procura alcançar os seguintes objetivos: 1) estudar características do gênero publicitário; 2) desenvolver habilidades de linguagem que devem ser mobilizadas na leitura e produção de textos; 3) trabalhar aspectos lexicais, incluindo neologismos e 4) compreender os efeitos da articulação de elementos verbais e não-verbais (MARTINS, 2016, p.40). Elabora seu esquema de sequência didática com uma apresentação da situação inicial, uma produção inicial, três módulos e por fim uma produção final. Nessa sequência, o que mais chama atenção é a maneira como o conceito de neologismo é construído. Os alunos são conduzidos a chegar a esse conceito, explorando o léxico do próprio do texto. Perguntas como: “O que ele (o termo) significa?”, “Como você chegou a essa conclusão?”, “Já tinha usado esse nome alguma vez?”, foram utilizadas para que os aprendizes compreendessem melhor o que é um neologismo e percebessem que se trata de um recurso utilizado pelo anunciante a fim de alcançar seu objetivo comunicativo.

3. PROPOSTA DE SEQUÊNCIA DIDÁTICA PARA O ENSINO DE NEOLOGISMOS

3.1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

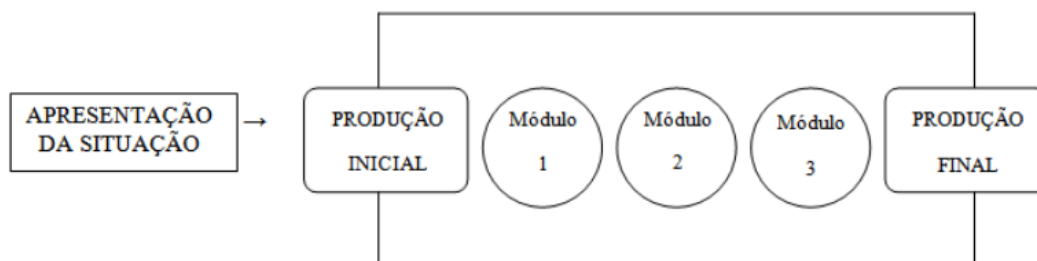
O conceito de neologismo adotado na elaboração da proposta que se segue é o lexicográfico, já que é o mais prático e objetivo. Optou-se também pela sequência didática (SD), metodologia de trabalho apresentada por Dolz, Noverraz e Schneuwly (2013). Segundo os autores, “uma ‘sequência didática’ é um conjunto de atividades escolares organizadas de maneira sistemática, em torno de um gênero textual oral ou escrito” (DOLZ; NOVERRAZ; SCHNEUWLY, 2013, p. 83 apud MARTINS, 2016, p. 37). A escolha de uma sequência didática se deve ao fato de ser uma organização que valoriza o conhecimento prévio do aluno, contribui para o desenvolvimento de diversas habilidades e, principalmente, por não ser um esquema fechado, permitindo, assim, abordagens complementares.

Tendo por base os trabalhos de Ferraz (2019), Martins (2016) e Maroneze e Bazarin (2008), busca-se a construção de atividades que desenvolvam nos alunos a habilidade de compreender os usos da palavra, de relacioná-la ao contexto de produção, de inferir significados possíveis, de observar sua composição, de criar de forma autônoma paradigmas e, principalmente, de saber empregá-la na produção de seus textos orais e escritos.

O gênero escolhido para a sequência didática é o publicitário, principalmente, pelo fato de adotar uma linguagem propícia a neologismos, além de proporcionar um ensino diferente do tradicional, já que utiliza textos da contemporaneidade. Os textos selecionados foram retirados da internet de sites variados, inclusive de publicações em redes sociais. Nesta proposta, diferentes tipos de neologismos são abordados, de forma que o aluno possa, de maneira sistemática, identificá-los, conhecê-los, organizá-los e compreender a função que exercem nos textos. As atividades são direcionadas aos alunos das séries finais do Ensino Fundamental, podendo ser adaptadas para o Ensino Médio.

3.2. PROPOSTA DE SEQUÊNCIA DIDÁTICA

Esta proposta de ensino de neologismos segue o modelo de sequência didática apresentado por Dolz; Noverraz e Schneuwly (2013), expresso na figura abaixo:



Fonte: Dolz, Noverraz e Schneuwly (2013, p.83).

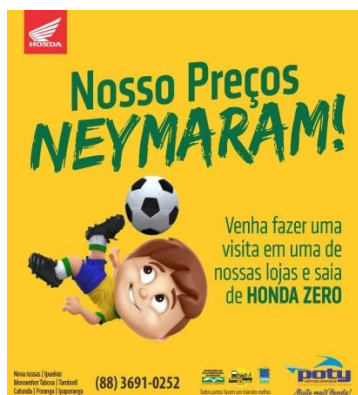
Na “apresentação da situação inicial” há uma descrição detalhada da atividade de produção a ser realizada pelos alunos. Perguntas do tipo: “Que gênero será abordado”, “A quem se dirige o texto?”, “Que forma assumirá a produção?”, “Quem participará da produção?” devem ser feitas a fim de nortear a produção. Um texto do gênero abordado também é apresentado aos alunos para que sirva de modelo. Os conteúdos são preparados de modo que os alunos conheçam a estrutura do gênero e o projeto comunicativo a ser desenvolvido. Na “produção inicial” os alunos elaboram uma primeira versão do gênero no qual irão se aprofundar nas outras etapas. Através dessa produção inicial o professor pode verificar o que os alunos realmente sabem em relação ao gênero, além de detectar as possíveis dificuldades. Quanto aos “módulos”, estes são elaborados para solucionar os problemas detectados na produção inicial, permitindo que os alunos desenvolvam as capacidades necessárias para compreender melhor o gênero em questão. Na “produção final”, os alunos demonstram o que aprenderam sobre o gênero através da realização dos módulos, além de avaliarem, juntamente com o professor, seus conhecimentos.

Apresentação da situação inicial (2 horas-aula de 50 minutos cada)

Nesta etapa, é apresentada aos alunos a situação de produção da atividade que eles realizarão. A sugestão é que os alunos leiam dois textos publicitários para que notem alguns pontos relacionados ao gênero a serem

levantados, em seguida, juntamente com o professor. O texto poderá ser impresso e entregue aos alunos ou projetado. Os textos sugeridos são:

Texto 1



Disponível em: <https://www.facebook.com/potymotoscrateus/photos/nosso-pre%C3%A7os-neymaram-venha-fazer-uma-visita-em-uma-de-nossas-lojas-e-saia-de-ho/226535864738115/>
Acesso em: 15/06/2021.

Texto 2



Disponível em: <https://propmark.com.br/mercado/paolla-oliveira-da-spoiler-de-ofertas-da-fiat-em-nova-campanha/> Acesso em: 15/06/2021.

Questões a serem levantadas pelo professor para uma conversa inicial sobre o gênero:

1) Em relação aos textos apresentados, respondam:

a) O que há em comum nos dois textos?

Espera-se que os alunos percebam que em ambos os textos há divulgação de um produto, além disso, os dois anunciantes pertencem ao ramo automobilístico e utilizam nomes de personalidades famosas como das estratégias para chamar a atenção do leitor. O uso de

uma linguagem mais informal e descontraída juntamente com recursos visuais que se destacam, são também estratégias de persuasão utilizadas por ambos os produtores.

b) A que público esses textos se destinam?

É importante que os alunos percebam que o público a quem esses textos se destinam são de pessoas adultas e que possuem alguma condição financeira para obter os produtos anunciados, já que não são produtos de baixo custo.

c) Quem é o anunciante do texto 1? E do texto 2?

Honda e Fiat. Mostrar aos alunos que os anunciantes fazem questão de divulgarem seus nomes, por isso é uma informação fácil de ser identificada no texto.

d) Os anunciantes são bastante conhecidos? Qual a abrangência deles no Brasil?

É provável que os alunos respondam que os anunciantes são bastante conhecidos. No entanto, deve se observar se há algum aluno que não conheça algum deles. Apesar dos anunciantes serem conhecidos em quase todo território, é plausível levantar algumas questões com os alunos sobre o fato de um determinado grupo social ou de uma determinada comunidade (por exemplo, algumas comunidades indígenas) não terem conhecimento sobre esses anunciantes.

e) O que é anunciado em cada um dos textos?

No texto 1, o que é anunciado são os produtos Honda, evidenciado no trecho “e saia de Honda Zero”, remetendo aos veículos que são vendidos pelo anunciante. No texto 2, o anúncio é dos produtos da Fiat, evidenciado na frase “Você quer *spoiler*, @?”, se referindo as novidades dos produtos da marca.

f) Qual é o objetivo de cada publicidade?

O intuito é que a esse ponto da atividade os alunos já tenham percebido que a intenção de cada publicidade é de vender os produtos das respectivas marcas.

g) Qual o contexto de produção de cada publicidade?

É possível que os alunos talvez não saibam o contexto exato, mas algumas evidências dadas pelo próprio texto podem levá-los a deduzir. O professor deverá auxiliá-los. A publicidade 1, foi criada após a final da Copa de 2014, na qual o Brasil perdeu para a Alemanha por 7x1. A frase “Nossos preços neymaram” faz referência ao jogador Neymar caiu diversas vezes durante a partida. (Observação: Não se sabe se a publicidade foi de fato pertence a empresa Honda, ou se foi criada apenas para ilustrar o que é um texto publicitário, no entanto pode ser utilizada para análise do gênero). Já o segundo texto, foi

publicado em mídias sociais em 2019, quando o termo “spoiler” se tornou comum (“viralizou”) nesse ambiente.

- h) As publicidades utilizam uma linguagem mais formal ou informal? Qual a razão disso?

Uma linguagem informal, a fim de criar certa intimidade com o leitor. É importante mostrar aos alunos que o uso de “nosso” (não se sabe se a ausência do “s” indicador de plural foi proposital) e de “venha fazer uma visita” (texto 1) e de “você” (texto 2) são os elementos mais evidentes dessa aproximação com o leitor. A figura das personalidades Neymar e Paola Oliveira, muito conhecidas pelo público, reforçam a busca por essa estratégia.

- 2) Releia o texto 1, respondam as questões a seguir:

- a) Qual é a relação da imagem com a frase “Nossos preços neymaram”?

Como já mencionado anteriormente, a frase faz referência ao jogador Neymar, que caiu diversas vezes durante a final da Copa 2014, isso explica a imagem do jogador no chão.

- b) A palavra “neymaram” não está registrada nos dicionários de língua portuguesa. O que é exigido do leitor para que ele possa compreender o sentido dessa palavra?

O professor deverá levar os alunos a perceberem que para compreender o sentido do termo eles tiveram que acionar alguns conhecimentos prévios em relação ao jogador Neymar. Além disso, foi necessário também um simples conhecimento gramatical, para que entendessem que se trata de um verbo formado a partir do nome do jogador de futebol.

- c) A que classe gramatical a palavra “neymaram” pertence? Qual outro termo poderia substituir a palavra “neymaram”?

Intuitivamente, os alunos poderão dizer que se trata de um verbo, mas é importante mostrar a eles que a estrutura e o contexto da frase também nos levam a identifica-lo como pertencente a essa classe gramatical. A essa etapa, é provável que os alunos já saibam que o termo “neymaram” pode ser substituído por “caíram”, já que eles já sabem o significado dessa palavra dentro do contexto do texto.

- d) Por não estar presente em um dicionário de língua e por ser uma palavra criada pelo anunciante, “neymaram” é um neologismo. Neologismos são palavras novas que surgem em uma determinada língua para atender a uma determinada finalidade, seja para nomear

novos conceitos ou para trazer sentido novo às palavras já existentes.

Em sua opinião, por que o anunciante utilizou esse neologismo?

Espera-se que os alunos notem que a criação desse neologismo foi uma das estratégias para criar humor e alcançar o leitor/consumidor.

- e) A palavra “neymaram” é formada pela junção de um substantivo a desinências verbais que indicam tempo, modo e pessoa. Que substantivo é esse? Qual é o tempo, o modo e a pessoa verbal utilizados?

É provável que os alunos já sejam capazes de identificar que se trata do substantivo próprio Neymar. Ainda que eles não reconheçam em detalhes a pessoa e o modo (terceira pessoa do plural, indicativo) do verbo formado, provavelmente reconheceram que ele está no passado (pretérito perfeito).

- 3) Agora, releiam o texto 2, e respondam:

- a) Que imagem está presente no primeiro plano da publicidade? Na opinião de vocês, por que o anunciante escolheu essa imagem?

No primeiro plano, a imagem que aparece é da atriz Paola Oliveira. É provável que os alunos respondam que foi utilizada por se tratar de uma atriz que além de muito conhecida chama a atenção do público pela beleza e personalidade.

- b) Há uma pergunta no texto atribuída à atriz. Repare que a pergunta é introduzida pelo pronome “você”. Quais efeitos essa atribuição e o uso do pronome geram no texto? Qual o propósito do uso desses recursos?

A publicidade atribui a pergunta “você quer *spoiler*,@?” à atriz, a fim de que o leitor tenha a impressão de que ela, uma pessoa “inacessível” devido à fama, estivesse se dirigindo diretamente a ele, criando, assim uma aproximação do uso do pronome “você”.

- c) Há um neologismo na publicidade. Qual?

Nesta etapa, os alunos já sabem o que é neologismo e, provavelmente identificarão que se trata da palavra “spoiler”.

- d) Qual seria o significado desse neologismo? Em que situações ele é utilizado?

Espera-se que os alunos já conheçam o significado desse neologismo pelo fato de ser muito utilizado pelo público jovem nas redes sociais. Caso os alunos apresentem alguma dificuldade, o professor poderá pedir a eles que levantam hipóteses. A palavra “spoiler”

tem origem no verbo *spoil*, que significa estragar, é um termo de origem inglesa. “Spoiler” é quando alguma fonte de informação, como um site, ou um amigo, revela informações sobre o conteúdo de algum livro, ou filme, sem que a pessoa tenha visto ainda.

e) *Slogan* é uma frase ou expressão concisa, fácil de lembrar usada para impactar o leitor. Há algum *slogan* presente na publicidade? Transcreva-o.

O professor deverá permitir que os alunos identifiquem o *slogan* após explicar a eles o que é. No texto 2, o slogan é “FIAT: Paixão que move” e faz referência aos veículos vendidos pelo anunciante.

Produção inicial (2 horas-aula de 50 minutos cada)

Nesta etapa, os alunos irão elaborar uma primeira versão do que posteriormente será sua produção final. A proposta é que os alunos, após analisarem as duas publicidades, elaborem um texto do mesmo gênero. O professor deverá dar as seguintes orientações a fim de situar os alunos:

- ✓ Pensem no objetivo do seu texto.
- ✓ Defina seu público-alvo.
- ✓ Escolham um produto, um serviço ou uma ideia que você queira vender/divulgar.
- ✓ Elabore estratégias de persuasão.
- ✓ Pensem nos recursos verbais (tipo de linguagem, uso palavras que vão gerar impacto, neologismos, etc.) e não verbais (imagens, cores, disposição dos recursos visuais, etc.) a serem utilizados.
- ✓ Crie uma marca e um *slogan*, se for preciso.

Após a elaboração do texto, pedir aos alunos que compartilhem com os colegas e troquem ideias.

Os módulos e a proposta de produção final a seguir deverão ser digitados e entregados aos alunos para que sejam realizados individualmente.

Módulo I (1 hora-aula de 50 minutos cada) – Construindo conhecimento sobre o gênero

Leia os textos e faça o que se pede:

Texto 1



Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/11/19/bradesco-cria-projeto-multimidia-bravoz.html> Acesso em: 15/06/2021.

Texto 2



Disponível em: <https://androidappsapk.co/detail-itaui-para-tablets/> Acesso em: 15/06/2021.

- 1) Identifique o anunciante dos dois textos e responda: O que há em comum entre eles?

Provavelmente, nesta etapa, os alunos identificarão com facilidade os anunciantes Bradesco (texto 1) e Itaú (texto 2).

- 2) Que produto ou serviço está sendo divulgado em cada um dos textos?

Em ambos os textos são divulgados os serviços prestados pelos bancos Bradesco (texto 1) e Itaú (texto 2).

3) Quais os recursos utilizados por cada um para criar uma aproximação com o seus leitores?

É esperado que nesta questão os alunos já consigam identificar com facilidade que um dos recursos utilizados no primeiro texto é a divulgação do Bravoz (encontro Bradesco de vozes brasileiras), nome formado pelas primeiras letras do nome do nosso país e do banco ao mesmo tempo. O projeto Bravoz reforça o movimento #AliadosPeloRespeito, que nasceu no Bradesco para gerar reflexão sobre raça, gênero, sexualidade e deficiência, e se expandiu para algumas campanhas digitais. Ao dar voz a essas minorias, o anunciante cria uma aproximação com o leitor, além de conferir a empresa certa credibilidade e participação ativa em causas sociais. Outro recurso é o uso das imagens de pessoas comuns e que são representadas pelo projeto Bravoz (comentar com os alunos também outros recursos visuais, como a disposição das palavras, a expressão das pessoas retratadas na imagem, etc.). No segundo texto, o anunciante cria uma aproximação com o uso do pronome de tratamento você e com a expressão “seja bem-vindo”.

4) Após os conhecimentos adquiridos a partir da análise dos textos da apresentação inicial e desses dois textos do módulo 1, responda: O que é o gênero publicitário? Para que eles servem? Quais são as suas principais características?

Espera-se que os alunos já tenham adquirido uma maior compreensão em relação ao gênero publicitário e que sejam capazes de identificar sua função e principais características.

5) Nas duas publicidades houve criação de palavras novas? Para qual finalidade foram criadas? Com base em seus conhecimentos prévios e nos elementos textuais, qual seria o significado dessas palavras?

Nesta questão, os alunos precisam identificar os neologismos e explicitar para qual finalidade foram criados. Certamente responderam com facilidade essa questão. Caso haja, dúvida em relação ao significado, o professor deverá auxiliá-los. “Bravoz”: nome do projeto do Bradesco que significa vozes brasileiras. “Digitau”: ser digitau é ser cliente digital do banco Itaú. É interessante também que o professor comente sobre a fonologia e morfologia dessas palavras.

Módulo II (3 horas-aula de 50 minutos cada) – Prática de análise linguística (As novas unidades lexicais: identificando os neologismos, construindo o conceito e compreendendo o processo).

Nesta etapa, caberá ao professor apresentar cada texto, dando mais informações sobre data de publicação, veículo, informações sobre o anunciante, contexto da publicação e

outras informações que julgar pertinentes. O professor poderá deixar os alunos participarem, pedindo a eles que levantem hipóteses sobre essas informações, acionando o conhecimento prévio deles.

Leia os textos a seguir e responda as questões:

Texto 1



Disponível em: <https://www.facebook.com/Os-Brahmeiros-759825497405972/> Acesso em: 16/06/2021.

Texto 2



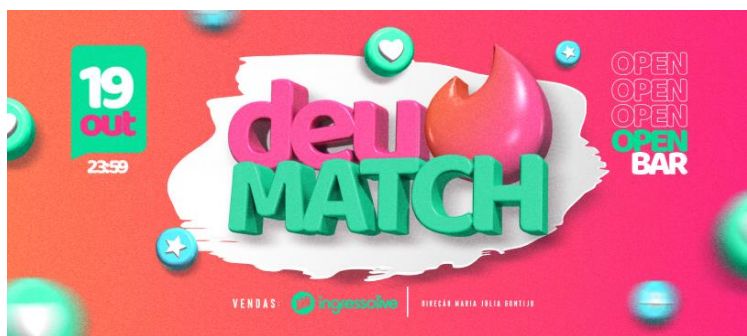
Disponível em: <https://plataformadesorteio.com.br/portfolio/promocao-claro-filho-influencer/> Acesso em: 16/06/2021.

Texto 3



Disponível em: <https://peticonamais.com.br/blog/webinar-tendencias-da-tecnologia-para-a-advocacia/> Acesso em: 16/06/2021.

Texto 4



Disponível em: <https://www.ingressolive.com/deu-match-a-festa-8748> Acesso em: 16/06/2021.

Texto 5



Disponível em: <https://gkpb.com.br/14316/promocao-mcnifico-bacon-cupom/> Acesso em: 16/06/2021.

Texto 6



Disponível em: <https://acontecendoaqui.com.br/propaganda/gastrocervejamania-criada-pela-miro-propaganda-vai-de-floripa-amsterda> Acesso em: 16/06/2021.

Texto 7



Disponível em: <http://chapadinhasite.blogspot.com/2019/09/chapadinha-show-boteco-da-sofrenca-com.html> Acesso em: 16/06/2021.

Após discutir os detalhes de cada uma das publicidades, o professor deverá propor as seguintes atividades.

- 1) Você já deve ter notado que há algumas características em comum em todos esses textos. Cite-as.

Os alunos deverão notar que todos os textos pertencem ao gênero publicitário e por isso possuem características em comum, próprias do gênero. Deverá observar também que todos utilizam palavras novas, ainda não registradas em um dicionário geral de língua.

- 2) Ao ler os textos, você deve ter reparado que várias palavras foram usadas para dar nome a certos conceitos (objetos concretos, ideias, procedimentos, técnicas, profissões e etc.) que surgiram recentemente. Identifique essas palavras e liste-as.

Provavelmente os alunos identificarão com facilidade, mas, se necessário o professor poderá auxiliá-los.

As palavras listadas por você na questão anterior foram empregadas para dar nomes a conceitos criados recentemente e, certamente, ainda não foram registradas em um dicionário de língua. Quando surge um novo conceito, surge também a necessidade de dar um nome para esse conceito, ou seja, de criar uma nova palavra para ele. As palavras novas que surgem dessa forma recebem o nome de “neologismos”, e o processo de criação dessas palavras é chamado de “neologia”.

- 3) Dentre as palavras que você listou há alguma que tenha vindo de outra língua recentemente? Qual(is)? De que língua elas vieram? Faça uma pesquisa e diga qual o significado dessas palavras que deram origem a esses neologismos.

O professor deverá auxiliar os alunos nesta questão para que sejam capazes de notar que “influencer”, “webinar”, “match”. É bom destacar que há outras palavras que vieram de outra língua, mas que já estão consolidadas e, algumas, já estão nos dicionários, como é o caso de “bacon”. É possível que os alunos percebam com facilidade que essas palavras vieram da língua inglesa e saibam o significado de cada uma, mas o professor poderá orientá-los, caso seja necessário.

- 4) Há um processo muito comum, principalmente quando o conceito que precisa ser denominado tem origem em outro país ou cultura estrangeira. Em vez de criarmos uma palavra na própria língua portuguesa, aproveitamos o nome que o conceito já tem na língua de origem. Ou seja, pegamos “emprestada” uma palavra de outra língua.

Esse fenômeno é chamado **neologia por empréstimo**. Você conhece outros exemplos de neologia por empréstimo? Se sim, cite-os. Caso não conheça, faça uma pesquisa e anote.

O professor deverá conduzir os alunos nesta etapa. Possivelmente, muitos mencionarão neologismos recorrentes em ambientes virtuais.

- 5) Quando acrescentamos afixos (prefixos ou sufixos) a uma palavra formando um novo item lexical, chamamos esse processo de **derivação**. Se o acréscimo for de prefixos, recebe o nome de **derivação prefixal**. Se forem acrescentados sufixos, **derivação sufixal**. Quais desses neologismos foram formados por acréscimo de prefixos? Quais foram formados acrescentando sufixos? Agora, explique o significado desses neologismos observando os prefixos e sufixos que foram acrescentados. Em seguida, diga se os sufixos acrescentados são nominais ou verbais. É importante que o professor explique com mais clareza esses processos de formação de palavras utilizando também exemplos de palavras que não são neologismos. Espera-se que os alunos identifiquem que “brahmeiro” e “sofrência” foram formados por sufixação e por prefixação.

- 6) Quando acrescentamos a uma palavra um sufixo e um prefixo simultaneamente também temos um processo de derivação que recebe o nome de **derivação prefixal e sufixal**. Há entre os anúncios algum neologismo que se enquadra nesse processo? Qual(is)? Explique como essa palavra é formada e como seu significado é construído.

Os alunos deverão notar que “ultravelocidade” e “gastrocervejomania” se enquadram nesse processo. O prefixo ultra- confere à palavra “ultavelocidade” o sentido de uma velocidade extrema, que está além e o sufixo –idade, também acrescentado ao radical -velo-, forma substantivos abstratos que designam “qualidade, modo de ser, estado, afixando-se a adjetivos. Já “gastrocervejomania”, de acordo com os criadores da campanha, significa “a mania de comer bem e de tomar uma boa cerveja”.

Apresentar aos alunos outros processos e, a posteriori, elaborar atividades para melhor compreensão deles:

Há também outros processos de derivação na língua portuguesa:

- Derivação parassintética: Quando há acréscimo de prefixos e sufixos. Ex: ajoelhar, enriquecer.

- Derivação imprópria: Quando uma palavra muda de classe, sem alterar a forma. Ex: Ele é um rapaz forte (adjetivo), Caminhava forte (advérbio) pela casa.
- Derivação regressiva: Quando ocorre uma redução de elementos existentes na palavra primitiva. Ex: jogo (de jogar), luta (de lutar).

7) Observe agora as palavras “ingressolive” e “Macnífico”. Em sua opinião, além de serem neologismos, o que mais essas palavras têm em comum? Como elas são formadas? Pesquise o significado dessas palavras dentro do contexto da publicidade.

É esperado que os alunos percebam que cada uma dessas palavras são formadas pela junção de outras duas. A primeira é formada pela junção de ingresso + live (palavra de origem inglesa) e a segunda por Mac (abreviação de McDonald's) + nífico (parte final da palavra magnífico). “Ingressolive” é um nome criado para uma plataforma de venda de ingressos online. Já “Macnífico”, é o nome dado a um dos hambúrgueres da McDonald's. Explorando recursos sonoros, sugere que a marca de fast-food é “magnífica”, assim como seus produtos.

8) Outro processo de formação de palavras é a **composição** e por meio dela alguns neologismos são formados, como é o caso das palavras “ingressolive” e “Macnífico”. Pela composição podemos formar novas palavras reunindo duas ou mais palavras ou radicais já existentes na língua. Quando as palavras estiverem apenas justapostas, não resultando em perda de sua autonomia fonética chamamos de **composição por justaposição**, como é o caso de _____. Mas se a junção das palavras resultar na perda de algum fonema, como é o caso de _____ chamamos de **composição por aglutinação**. (aglutinação e justaposição).

Com as informações acima, acredita-se que o aluno será capaz de perceber que “ingressolive” é formada por justaposição e “Macnífico” por aglutinação.

9) Também podemos formar neologismo unindo elementos de línguas diferentes. Há esse processo damos o nome de **hibridismo**. Você identificou algum exemplo no texto? Cite-o.

O professor deverá auxiliar os alunos nesta questão. Para isso, poderá mostra-los alguns exemplos de hibridismo já consolidados em nossa língua.

10) Observe novamente o texto e pesquise: a quem o nome “Gato Galáctico” é atribuído? Qual seria o sentido do adjetivo “galáctico” nesse contexto? Com qual finalidade esse nome foi criado?

Talvez os alunos precisem fazer uma pesquisa para saberem que “Gato galáctico” é uma espécie de pseudônimo dado a Ronaldo de Azevedo, um jovem *youtuber* muito conhecido por produzir conteúdo para o público infantil. Após ganhar experiência realizando trabalhos para estúdios, Ronaldo se sentiu preparado para criar suas próprias histórias. Surge, então, o Gato Galáctico, cujo nome ele justifica simplesmente por gostar de gatos e galáxias. Talvez seja interessante levar os alunos a pesquisarem um pouco mais sobre esse animador.

11) Alguns neologismos são criados apenas para atender a uma finalidade específica e, muitas vezes, desaparecem da nossa língua após algum tempo, enquanto outros perduram por anos.

- a) Dentre os neologismos presentes nos textos acima, qual delas você acredita que permanecerá em uso por um longo tempo? Por quê?
- b) Qual deles, em sua opinião, durou ou irá durar por pouco tempo? Por quê?

Nesta questão os alunos deverão levantar algumas hipóteses. O professor deverá apresentar alguns exemplos de neologismos que desapareceram e de neologismos que permanecem até hoje para que os alunos compreendam melhor esse fenômeno da língua.

Módulo III – título

Leia o texto a seguir:

Texto 1

 **Dove** Existe beleza fora da caixa



Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/unilever-quer-proibir-edicao-excessiva-de-imagens-de-modelos-em-seus-anuncios> Acesso em: 17/06/2021.

1) Quem é o anunciante? Os produtos divulgados por ele pertencem a qual setor?

Espera-se que os alunos já possam reconhecer facilmente que o anunciante é a Dove, marca de produtos de higiene pessoal pertencente à companhia Unilever e que faz parte do setor de cosméticos e beleza.

2) Descreva o que você vê na imagem e justifique essa escolha do anunciante. Em seguida, responda: Qual é a relação da imagem com a frase “Existe beleza fora da caixa”?

O professor deverá levar os alunos a perceberem os detalhes da publicidade e a levantarem hipóteses sobre a intenção do anunciante ao fazer essas escolhas. A imagem de mulheres bem diferentes umas das outras e que “fogem aos padrões de beleza” da sociedade se relaciona à frase “Existe beleza fora da caixa”, ou seja, “fora dos padrões” estabelecidos também há beleza. É importante que o professor conduza os alunos a perceberem outros aspectos, tais como, a expressão das mulheres, o destaque dado a elas, o fundo branco, dentre outros recursos imagéticos.

3) A expressão “fora da caixa” possui dois sentidos e foi usada propositalmente pelo anunciante. Explícite os dois sentidos dessa expressão e explique o jogo de sentidos explorados na publicidade.

O professor pode ajudar os alunos a perceberem que o primeiro sentido faz alusão ao sabonete Dove que vem dentro de uma caixinha. Nesse sentido, há uma beleza nos produtos da Dove. Já o segundo sentido está relacionado à beleza existente fora dos padrões sociais.

A expressão “fora da caixa” não é encontrada em dicionários gerais escolares da língua portuguesa. No dicionário online informal encontramos a expressão “fora da caixinha” que apresenta o significado mostrado na imagem abaixo:

Di fora da caixinha

1. Fora da caixinha

Significado de **Fora da caixinha** Por **Dicionário inFormal (SP)** em 21-05-2013

Pensar diferente da massa, diferente do todo, ter opinião própria.

*"Sou fã dos que tem opinião própria, dos que pensam **fora da caixinha**."*

4) Você já ouviu ou leu a expressão “fora da caixa”? Em que situação?

Resposta pessoal. Espera-se que boa parte da turma já tenha ouvido ou lido essa expressão.

5) O sentido da expressão apresentado no texto tem alguma relação com o verbete “fora da caixinha”? Explique.

É provável que os alunos digam que apesar de o sentido não ser o mesmo há uma certa relação entre eles.

Agora leia este outro texto:

Texto 2



Disponível em: <https://www.falandodevarejo.com/2015/02/subway-apresenta-campanha-publicitaria.html>. Acesso em: 17/06/2021.

- 1) Você deve ter notado que na publicidade acima o verbo “manda” está com um sentido diferente do que geralmente aparece nos dicionários escolares. Pesquise o significado desse verbo (Lembrando que na entrada do dicionário você deve procurar por “mandar”).

Provavelmente o sentido encontrado nos dicionários não será o mesmo da publicidade. É uma oportunidade para que o professor proporcione aos alunos uma pesquisa em diferentes dicionário, inclusive nas versões digitais.

- 2) Qual é o sentido desse verbo no contexto da publicidade?

Nesse texto, temos um neologismo semântico denominativo formado a partir de verbo. “Manda”, no contexto da publicidade, tem o sentido de “comer, ingerir alimentos; escolher” em uma aproximação de sentido com a expressão idiomática neológica “mandar bem”, também presente na publicidade com o sentido de “acertar na escolha”. Acertar na escolha e ingerir alimentos saborosos é o que a campanha publicitária afirma ser o que acontece quando o consumidor come na rede de lanchonetes Subway.

- 3) Por que o produtor do texto utilizou o verbo com esse sentido? Qual a sua intenção?

Para alcançar o efeito desejado, os produtores do texto lançam mão de expressões que se aproximam da linguagem coloquial de nossa época, o que mostra que a seleção lexical se aproxima do vocabulário utilizado pelo leitor em seu cotidiano. A intenção é de criar uma aproximação com o leitor e levá-lo a consumir o produto.

Texto 3



Disponível em: [http://rgil.squarespace.com/copa-itaui/](http://rgil.squarespace.com/copa-itaui) Acesso em: 17/06/2021.

- 1) Analise os elementos verbais e não verbais e responda: Qual é a relação entre eles?

Nesta questão, os alunos irão apenas descrever o que veem: a imagem de um tablete vestindo na posição de goleiro com uma camisa número 1. Além disso, está defendendo um gol. Essa imagem se relaciona com os dizeres "Agarre as oportunidades com a mesma vontade que o nosso goleirão agarraria um pênalti", sugerindo ao leitor que aproveite as oportunidades que o banco Itaú digital oferece aos seus clientes.

- 2) Em sua opinião, em que contexto essa publicidade foi produzida?

Mesmo que os alunos não tenham conhecimento do exato período de produção da publicidade, poderão sugerir que foi em um período de Copa ou campeonato.

- 3) "Goleirão", apesar de estar no aumentativo, não indica tamanho. Qual é o significado dessa palavra no contexto da publicidade?

Nesse texto, o item lexical "goleirão", formado a partir de aumentativo de nome comum. O sentido depreendido a partir do contexto da publicidade nos remete a "goleiro bom, habilidoso", o que fica claro na menção ao ato de agarrar pênaltis, característico dos goleiros habilidosos.

- 4) Quando uma palavra ou expressão já pertencente a nossa língua ganha um novo sentido dizemos que se trata de um **neologismo semântico**, como ocorre nos textos 1, 2 e 3 deste módulo. Cite alguns exemplos de neologismos semânticos que você conhece e explique em quais contextos eles ocorrem.

Resposta pessoal. É interessante que o professor também traga mais exemplos para que os alunos compreendam melhor.

Sistematizando:

A síntese a seguir, serve apenas para que o aluno tenha uma visão geral de como os neologismos são formados. A intenção não é fazer com que ele foque nas nomenclaturas, mas sim no funcionamento das palavras nos textos.

Complete:

O **texto publicitário** é um gênero textual cuja finalidade é promover _____.

Para alcançar tais objetivos, utiliza de várias estratégias, tais como _____, uso de neologismos e outras. As principais características dos textos publicitários são: _____.

O léxico de uma língua viva não tem fim, pois sempre está aberto a criações que vão atender a necessidades expressivas e comunicativas dos falantes. Denominadas _____, as palavras novas são criadas principalmente:

- I. por meio de processos de formação de palavras, utilizando-se radicais, prefixos, sufixos e outros morfemas, já existentes na língua, como é o caso das palavras: _____.
encontradas nos textos lidos. A esse tipo de neologismo damos o nome de **neologismo formal**.
- II. pela mudança de sentido de uma palavra ou expressão que já existem na língua, como é o caso de _____.
encontrados nos textos lidos. A esse tipo de neologismo damos o nome de **neologismo semântico**.
- III. pelo empréstimo de palavras de outras línguas, que pouco a pouco se adaptam a língua do lugar que as emprestou, e sua grafia se conforma às regras dessa língua de tal modo que, com o passar do tempo, deixam de ser percebidas como estrangeiras, como é o caso das palavras _____.
A esse tipo de neologismo damos o nome de **neologismo por empréstimo**.

Produção final (2 horas-aula de 50 minutos cada)

Nesta etapa, os alunos irão reescrever sua produção inicial. É provável, que nesse momento já tenham um maior conhecimento sobre o gênero e sobre os recursos que poderá adotar na elaboração de seus textos.

Uma sugestão é que depois que os alunos fizerem a versão final, após passar pela avaliação do professor, seu texto seja apresentado a toda a turma.

3.3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi proposta uma sequência didática para o ensino de neologismos sob uma perspectiva diferente da tradicional. A intenção da sequência apresentada é de que os alunos participem efetivamente da construção dos conceitos, sem a preocupação de memorizar classificações e sem ficarem presos a exemplos tradicionais que, na maioria das vezes, não os habilitam a utilizar o léxico de sua língua com segurança e domínio.

A sequência didática elaborada mostra que é possível integrar atividades de leitura, produção de texto e análise linguística. Além disso, revela a importância do ensino da neologia em sala de aula, pois ela é muito recorrente, não apenas em textos publicitários, mas em diversos gêneros. Com isso, o professor, como responsável em proporcionar aos alunos o contato com os mais variados gêneros, deve dar a devida importância ao estudo do léxico, uma vez que fica comprovado neste trabalho a sua importância para as práticas de leitura e escrita dos alunos.

Este trabalho é apenas uma sugestão, pode e deve ser adaptado para atender a cada contexto vivenciado em sala de aula. Ele também mostra que o ensino do léxico pode ser muito mais envolvente e didático, tanto para o professor, quanto para o aluno. Espera-se que seja uma diretriz para a elaboração de novos trabalhos que tenham como finalidade o desenvolvimento da competência lexical, podendo ser, certamente, aprimorado por todos aqueles que se comprometem com um ensino de língua portuguesa que faça mais sentido para aqueles que se comunicam através dela.

REFERÊNCIAS

ALVES, Ieda M. **Neologismo: criação lexical**. 2 ed. 3. reimpr. São Paulo: Ática, 2004. Série Princípios. [1990].

ANTUNES, Irandé. **Muito além da gramática: por um ensino de língua sem pedras no caminho**. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.

ANTUNES, Irandé. **O território das palavras: estudo do léxico em sala de aula**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

BASÍLIO, Margarida. **Formação e classes de palavras no português do Brasil**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2014.

BEZERRA, Maria Auxiliadora. Condições para aquisição de vocabulário. In: **8º Intercâmbio de Pesquisas em Linguística Aplicada**, 1998, São Paulo. Caderno de Resumos. São Paulo: PUC-SP, 1998. v. 1. p. 81-82. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/intercambio/article/view/4034/2681>. Acessado em: 09 jun. 2021.

BEZERRA, Maria Auxiliadora. Ensino de vocabulário versus compreensão de textos. In.: LEFFA, Vilson J.; PEREIRA, Aracy E. **O Ensino da leitura e produção textual**. Pelotas: Educat, 1999, p. 99-107. Disponível em: http://www.leffa.pro.br/tela4/Textos/Textos/Livros/Ensino_da_Leitura.pdf. Acesso em: 03 maio 2021.

BEZERRA, Maria Auxiliadora. Dificuldades no uso adequado de vocabulário em textos escolares escritos. In: LEFFA, Vilson J (org). **As palavras a sua companhia: o léxico na aprendizagem das línguas**. Pelotas: EDUCAT, 2000, p.215-228.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais: Ensino Fundamental II – Língua Portuguesa**. Brasília, DF:MEC/SEMTEC, 1998.

CARVALHO, Aline L. C. Um novo olhar para o ensino do léxico: um *priming* semântico das composições sintagmáticas em textos publicitários. In: FERRAZ, Aderlande P. (org). **O Léxico do português em estudo na sala de aula**. Araraquara: Letraria, 2018, p.(48-90).

FARACO, C. A. **Linguística histórica**. São Paulo: Ática, 1991.

FARACO, Carlos E.; MOURA, Francisco M.; MARUXO Jr., José H. Linguagem e Interação. Editora Ática: São Paulo, 2016. 3^{ad.}, p.94-115.

FERRAZ, Aderlande Pereira. O desenvolvimento da competência lexical e a neologia no português brasileiro contemporâneo. In: FERRAZ, Aderlande Pereira (Org). **O léxico do português em estudo na sala de aula**. Araraquara: Letraria, 2016, p. 9-30.

FERRAZ, Aderlande Pereira. A inovação lexical e a dimensão social da língua. In: Maria Cândida T. C. de Seabra. (Org.). **O léxico em estudo**. Belo Horizonte: UFMG, 2006. p. 217- 234.

FERRAZ, Aderlande Pereira. **O discurso publicitário e a criação de palavras novas**: o desenvolvimento da competência lexical. Fólio Revista de Letras, Vitória da Conquista, v.11, n.2, p.49-69, jul./dez., 2019. Vertentes e interfaces II: Estudos Linguísticos e Aplicados. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/folio/article/view/5575>. Acesso em: 09 jun. 2021.

FERREIRA, Helena Maria; VIEIRA, Mauriceia S. P. **O trabalho com o léxico em sala de aula**: desafios para o ensino de língua materna. Revista Letras Raras, 2013. Vol.2 nº2. Disponível em: <http://revistas.ufcg.edu.br/ch/index.php/RLR/article/view/185>. Acesso em: 03 maio 2021.

GIL, Beatriz Daruj. Ensino de vocabulário e competência lexical. In: **Gragoatá**, Niterói/RJ, n. 40, 1. sem. 2016, p. 445-464, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/gragoata/article/view/33392>. Acesso em: 09 jun. 2021.

GUERRA, Mírian Martinez; ANDRADE, Karyella dos Santos. **O léxico sob perspectiva: contribuições da Lexicologia para o ensino de línguas.** Domínios de Lingu@gem. Uberlândia, v. 6, n. 1, p. 226-241, 2012.

ILARI, R; BASSO, R. **O Português da gente:** a língua que estudamos, a língua que falamos. São Paulo: Contexto, 2006.

LEFFA, V. J. Aspectos internos e externos da aquisição lexical. In: LEFFA, V. J. (Org.) **As palavras e sua companhia:** o léxico na aprendizagem. Pelotas, 2000, v.1, p.17-45. Disponível em: https://www.leffa.pro.br/textos/trabalhos/As_Palavras.pdf. Acesso em: 30 jun. 2021.

MARONEZE, Bruno; BAZARIM, Milene. Neologismo e ensino de Língua Portuguesa: uma proposta didática para o Ensino Médio. In: ANAIS do I Simpósio Mundial de Estudos da Língua Portuguesa. **Neologia e ensino de língua portuguesa.** São Paulo: FFLCH-USP, 2008. Disponível em: <<http://simelp.fflch.usp.br/slp24>>. Acesso em: 26 maio 2021.

MARTINS, Élida F. Neologismos semânticos e texto publicitário: explorando o léxico do português em sala de aula. In: FERRAZ, Aderlande P. (org). **O Léxico do português em estudo na sala de aula.** Araraquara: Letraria, 2018, (p.31-52)

MORATO, Ruy M. **Neologismos e desenvolvimento da competência lexical, a partir de Querô:** uma reportagem maldita. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, p.101, 2012.

NOGUEIRA, Luis Carlos Ramos Nogueira. **A presença de expressões idiomáticas (Eis) na sala de aula de E/LE para brasileiros.** Tese de mestrado – Brasília, 2008. Disponível em:

https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/8866/1/2008_LuisCarlosRamosNogueira.pdf .Acesso em: 10 maio 2021.

SANDMANN, Antônio José. **Competência lexical**. São Paulo: Editora da UFPR, 1991.

SEABRA, Maria Cândida Trindade Costa de. Língua, cultura, léxico. In: **Linguagem sociedade e discurso**. São Paulo: Blucher, 2015. Formato pdf.

TELES, Solange Maria Moraes. Inadequação semântica do vocabulário em redações escolares. Trabalho apresentado durante a XIV Jornada de Estudos Linguísticos do GELNE. Fortaleza: 02 - 04 setembro, 1998. In LEFFA, Vilson J. (Compilador).TELA (Textos em Linguística Aplicada) [CD-ROM]. Pelotas: Educat, 2000, p. 201-223. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/334693809_O_trabalho_com_o_lexico_em_sala_de_aula_desafios_para_o_ensino_de_uma_lingua_materna. Acesso em: 09 jun. 2021.