

NATAL EM FAMÍLIA COM NATURA E O BOTICÁRIO: UM ESTUDO SEMÂNTICO-LEXICAL NAS PROPAGANDAS

Adriana Silva dos Santos (UCSAL)

adryanaa@gmail.com

Olivalda de Souza Reis (UCSAL)

Neste artigo pretendemos fazer a análise do uso da ambiguidade lexical nas propagandas das empresas O Boticário e Natura, veiculados na página oficial na rede social *YouTube*. A escolha pelas empresas levou em consideração a criatividade empregada neste recurso linguístico. Partimos do princípio que a ambiguidade é bastante utilizada no universo publicitário, justamente por ser um recurso produtivo e se torna fácil sua recepção por trabalhar com um sentido coletivo e com finalidade de adentrar o dia a dia dos seus possíveis consumidores. A análise destes anúncios de Natal possibilitou concluir que a duplicidade de sentidos é proposital e não deve ser confundida como uma imprecisão.

Palavras-chave:

Ambiguidade. Propagandas. Recurso linguístico.