

MARCAS DE USO: ESTUDO E PROPOSTA¹

MICHELLE MACHADO DE OLIVEIRA VILARINHO
(UnB)²

RESUMO: Os objetos de estudo deste artigo são as marcas de uso, entendidas como recursos lexicográficos para indicar variantes linguísticas. Nas ações do projeto “Dicionário Informatizado Analógico de Língua Portuguesa”, deparamo-nos com dificuldades para delimitar o objeto de investigação mencionado na formulação de verbetes para o dicionário *on-line* em elaboração. Como percurso metodológico, avaliamos, por meio do método descritivo-comparativo, as marcas de uso em obras lexicográficas representativas das línguas portuguesa, inglesa, francesa e espanhola. A consulta aos dicionários monolíngues é útil por permitir observar o modo como as marcas de uso são organizadas, tendo em vista que nosso objetivo é elaborar um dicionário cujo público-alvo sejam aprendizes de Português como Segunda Língua, visto que ainda não existem obras para esse público. Descrevemos as informações sobre as marcas de uso nos dicionários avaliados e, com base nas análises, definimos os tipos de marcas de usos para um modelo de dicionário.

Palavras-chave: Lexicografia. Marcas de Uso. Dicionário Analógico. Usage markers: study and proposal.

ABSTRACT: The objects of study are the usage markers, understood as the lexicographic features to indicate linguistic variants. In the actions of the Project “Portuguese Informatized Analogical Dictionary”, it was hard to determine the object of investigation mentioned in the entries for the online dictionary in progress at the moment. As a methodological path, we evaluated, through the descriptive-comparative method, the usage markers in representative lexicographic works of Portuguese, English, French and Spanish languages. Consultation on standard monolingual dictionaries is useful in order to observe how usage markers are organized, since our aim is to create a dictionary whose audience are the learners of Brazilian Portuguese as a Second Language, considering that there is still no such reference dictionary for this audience. We describe the information about the usage markers in the evaluated dictionaries and, based on the analyzes, we defined the types of usage markers to a dictionary model.

keywords: Lexicography. Analogical Dictionary. Usage markers.

¹ Pesquisa iniciada no projeto “Dicionário Analógico Informatizado de Língua Portuguesa (DIALP)” e finalizada no projeto “Dicionário de Aprendizagem de Português do Brasil como Segunda Língua” (DAPBSL), em Pós-Doutorado, sob orientação da Prof. Drª. Enilde Faulstich. Agradecemos à Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal (FAP-DF) pelo apoio financeiro concedido, bem como à Daniella Franco Batista, licenciada em Letras Português do Brasil como Segunda Língua. A colaboradora recolheu os dados dos quadros 2, 3, 5, 6 e 7, quando desenvolveu o Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado “Proposta de marcas de uso para o Dicionário Informatizado Analógico de Língua Portuguesa”.

² Professora do Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas (LIP) da Universidade de Brasília (UnB); pesquisadora do Centro de Estudos Lexicais e Terminológicos (Centro Lexterm) da UnB.

INTRODUÇÃO

Este artigo visa apresentar e descrever a investigação desenvolvida no âmbito do projeto “Dicionário Analógico Informatizado de Língua Portuguesa” (DIALP), coordenado pela Prof^a. Dr^a. Michelle Machado de Oliveira Vilarinho, com o apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal (FAP – DF).³ O objeto de investigação são as marcas de uso, a fim de estabelecer quais são empregadas na composição de verbetes para o dicionário *on-line* em elaboração. O percurso metodológico usado no desenvolvimento do DIALP está detalhado em Vilarinho (2017). Diante da dificuldade de delimitar essas marcas, identificamos o modo como alguns dicionários as registram, a fim de que nos auxiliassem a formular uma proposta que pudesse ser aplicada ao DIALP. A consulta aos dicionários monolíngues padrões são úteis para que possamos observar o modo como as marcas de uso são organizadas, tendo em vista que nosso objetivo é elaborar um dicionário cujo público-alvo seja aprendiz de Português como Segunda Língua, já que ainda não existem obras para esse público.

O artigo está dividido nas seções a seguir: i) marca de uso: conceito e funcionalidade; ii) marcas de uso nos dicionários e iii) proposta de marcas de uso para o DIALP.

MARCA DE USO: CONCEITO E FUNCIONALIDADE

As marcas de uso “caracterizam as palavras que fogem, sob certos aspectos, ao uso corriqueiro, normal, da língua de uma comunidade linguística; são instrumentos do lexicógrafo para indicar as variações” (STREHLER, 1998, p. 179). Dessa forma, as marcas de uso são recursos lexicográficos para registrar lexemas que remetem a contextos de variação diacrônica, diatópica, diastrática, diafásica, entre outras. De acordo com Porto Dapena (2002, p. 249), “as marcas são informações concretas sobre muitos diversos tipos de particularidades que restringem ou condicionam o uso das unidades léxicas”.⁴ Por exemplo, as marcas indicam restrições com base na situacionalidade, ou condicionam o emprego de lexemas de acordo com a intencionalidade.

Tais recursos auxiliam o consulente a utilizar os lexemas em contextos adequados. As marcas de uso são relevantes para aprendizes de segunda língua (L2), pois ajudam a compreender as suas especificidades e variantes, o que torna a aprendizagem mais efetiva e abrange mais contextos de uso. Ressaltamos a necessidade da explicação acerca dessas marcas na macroestrutura⁵ para que o

³ Esta pesquisa se insere na linha de pesquisa Léxico e Terminologia do Programa de Pós-Graduação em Linguística da UnB, desenvolvida no Centro Lexterm do LIP da UnB.

⁴ Texto original: las marcas son las informaciones concretas sobre los muy diversos tipos de particularidades que restringen o condicionan el uso de las unidades léxicas.

⁵ “La macroestructura es la ordenación del conjunto de los materiales que forman el cuerpo de un diccionario (por ej. orden alfabético u orden sistemático), conjuntamente con el prólogo o prefacio, a veces una introducción fonética y gramatical, las instrucciones para el usuário y los posibles anexos (glossários nombres geográficos, listas de abreviaturas y siglas, glosarios de nombres de pila, etc.)”

consulente conheça esses tipos, de modo a discernir o contexto em que determinada acepção do lexema pode ser empregada. As marcas influenciam a qualidade da macroestrutura e da microestrutura, haja vista que, quando falta o detalhamento das marcas, o consulente pode ter dificuldade em diferenciá-las.

Para Strehler (1998, p. 1), “as marcas de uso estão estritamente ligadas à variação que a língua sofre no tempo, no espaço e em contextos de usos especializados”. Assim sendo, essas marcas sinalizam as variantes. As mais comuns podem ser temporal, espacial, social e estilística.

No quadro a seguir, descrevemos os tipos de variação que cada marca registra.

Quadro 1: tipos de variação

Tipos de marcas	Descrição
temporal (diacrônica)	indica o lexema na perspectiva diacrônica.
geográfica (diatópica)	“está relacionada às diferenças linguísticas distribuídas no espaço físico, observáveis entre falantes de origens geográficas distintas.” (ALKMIM, 2003, p. 34)
social (diastrática)	“relaciona-se a um conjunto de fatores que têm a ver com a identidade dos falantes e também com a organização sociocultural da comunidade de fala. Neste sentido, podemos apontar os seguintes fatores relacionados às variações de natureza social: a) classe social; b) idade; c) sexo; d) situação ou contexto social.” (ALKMIM, 2003, p. 35)
estilística (diafásica)	“relacionadas ao contexto[...] os falantes usam estilos ou registros distintos em função das circunstâncias em que ocorrem as interações verbais” (ALKMIM, 2003, p. 38)

Fonte: (Vilarinho, 2017)⁶

No decorrer da pesquisa, constatamos a ausência de explicações sobre as marcas de uso em diversos dicionários e alertamos para problemas causados pela falta de atenção dada a estas marcas. São poucos os estudos sobre o assunto. Strehler (1998) analisou as marcas de uso no *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*, *Le Petit Robert 1* e no *Duden Deutsches Universalwörterbuch* (DUW) e propôs tipos dessas marcas a serem empregadas em obras lexicográficas, as quais serão discutidas na última seção deste artigo.

Dias e Cano (2008, p. 6), por exemplo, fizeram uma análise contrastiva entre os arcaísmos no Aurélio (1999) e no Houaiss (2001) e constataram que

nem sempre os dicionários são coerentes ou precisos no registro das marcas de uso, além de não explicitarem os critérios utilizados para marcar ou não as unidades. Visto a importância das marcas de uso, o consulente de um dicionário espera encontrar explicações sobre o seu uso nos dicionários – o que em geral não acontece.

⁶ Os quadros com a referência Vilarinho (2017) foram criados para fins deste artigo.

Apesar de o estudo de Dias e Cano (2008) ter sido realizado com versões antigas dos dicionários, é atual a conclusão a que chegam acerca das marcas de uso. Pontes (2011), por sua vez, avaliou as marcas de uso nas obras de Ferreira (2010), Aulete (2010), Houaiss e Villar (2003), dicionários escolares avaliados pelo Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) e adotados nas escolas de Ensino Fundamental. Nessas obras, ele identificou que

a marca *vulgar* produz múltiplas confusões, porque tem usado termos utilizados pelos estratos culturais baixos, assim como termos grosseiros; tem existido certa incoerência no uso da marca *popular*, pois se tem outorgado também valores de informação diafásica. [...] A ambiguidade terminológica entre as categorias utilizadas para a marcação de uso pode dever-se ao fato de a prática lexicográfica escolar não definir em termos precisos categorias como *popular*, *vulgar* e *familiar*, sendo usados de forma distinta entre os dicionários analisados (PONTES, 2011, p. 4-5)

A delimitação das marcas de uso com precisão favorece que a obra lexicográfica disponibilize variantes com as devidas indicações e evite repetições de marcas que podem ser resumidas a apenas uma, como no caso das marcas *popular*, *familiar* e *vulgar*, por exemplo.

Na próxima seção, apresentaremos as marcas nas obras lexicográficas que avaliamos.

MARCAS DE USO EM DICIONÁRIOS

Analisamos as marcas de uso em seis dos principais dicionários de língua portuguesa, inglesa, espanhola e francesa, a saber: Dicionário de Usos do Português do Brasil – DUP – (2002), Novo Dicionário Aurélio – NDA – (2010), Dicionário Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa – DEHLP – (2009), *Oxford Learner's Dictionaries* – OLD – (2016), *Diccionario de la lengua española* – DLE – (2014), *Le nouveau Petit Robert: dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française* – LNPT⁷ – (2010). Tais obras foram selecionadas por terem prestígio no âmbito da Lexicografia, em razão da qualidade e da ampla circulação.

As obras selecionadas de Língua Portuguesa são dicionários-padrão, que “tentam descrever o léxico do idioma na sua totalidade, de acordo com este modelo ideal da língua culta e escrita, só circunstancialmente se referindo aos padrões sub-cultos, ou desviantes da norma padrão, tais como os usos dialetais” (BIDERMAN, 1998, p. 165).

O DUP tem uma média de 60 mil verbetes, enquanto o DEHLP tem cerca de 146 mil verbetes e o NDA tem mais de 230 mil verbetes. Essas obras são referências na descrição do léxico para o consulente de língua comum. Descrevemos as informações sobre as marcas de uso nos dicionários avaliados. Para cada obra lexicográfica, investigamos os tipos, o significado e os exemplos de marca de uso.

⁷ Criamos essas abreviaturas para facilitar a referência.

Na macroestrutura do DEHLP (2009), cada marca de uso é conceituada e, na maioria das vezes, é acompanhada de exemplos. Na seção “Palavras iniciais e equipe editorial”, os tipos de marcas de uso apresentadas são *derivação semântica, regionalismos, nível de uso e registro diacrônico*, as quais podem ser localizadas, respectivamente, nas seções, a saber: 8.1; 10; 11 e 12. Essas marcas são registradas no verbete por meio de respectiva abreviatura. No quadro 2, compilamos a explicação do DEHLP (2009) sobre as *derivações semânticas*.

Quadro 2: *derivações semânticas* do DEHLP (2009)

Esclarecimento prestado ao leitor das transições semânticas que dão nascimento a novas acepções de uma palavra ou locução – incluem os seguintes itens: por extensão de sentido; por analogia; por metáfora; por metonímia; por sinédoque; galicismo semântico; anglicismo semântico.

a) Por extensão. Há sentidos que são extensões da acepção pregressa ou de alguma das acepções anteriores do verbete. Por exemplo, *aurora* é ‘a claridade que aponta o início da manhã, antes do nascer do Sol’ e, por extensão, ‘o despontar da vida; infância’, assim como também ‘as primeiras manifestações de qualquer coisa’.

b) Por analogia. Derivação que ocorre em razão de uma analogia de forma ou de conteúdo com a acepção anterior ou com um dos sentidos anteriores. Exemplo: *bugalho* é o ‘*cecídio globular do carvalho*’ e, por analogia de forma, ‘o olho’ (donde o *esbugalhado*).

Se duas ou mais destas informações forem prestadas conjuntamente, as duas primeiras (p.ext. e p.ana.) precedem as outras.

c) Por metáfora. Neste tipo de derivação, a palavra que se está definindo, por possuir relação de semelhança com um objeto ou qualidade diferente, é empregada para designá-lo.

A derivação por metáfora e a de sentido figurado aparecem, eventualmente, sem definição no dicionário, caso se trate de óbvia extensão da acepção anterior.

d) Por metonímia. Neste tipo de derivação, a palavra que se está definindo é empregada em outro sentido por uma relação qualitativa com alguma acepção anteriormente referida.

e) Por sinédoque. Neste tipo de derivação, variedade especial da metonímia, a relação passa a ser quantitativa.

f) Por galicismo semântico. É um empréstimo do francês, acepção exótica em relação às vernáculos registradas através da evolução da língua portuguesa.

g) Por anglicismo semântico. É um empréstimo do inglês, acepção exótica em relação às vernáculos registradas através da evolução da língua portuguesa.

Fonte: (DEHLP, 2010)

É notável que haja tal detalhamento do fenômeno linguístico pelo qual ocorre a significação, o que revela o trabalho exaustivo do lexicográfico no registro dessas marcas de uso ao longo do dicionário. Em consonância com Porto Dapena (2002, p. 254), as derivações semânticas são chamadas de transição semântica, entendidas como “indicadoras de alteração semântica que um significado da palavra-entrada pode ter em relação ao outro dentro do verbete lexicográfico”.⁸ Contudo, em razão da especificidade das marcas adotadas, o consulente pode ter dificuldade em compreendê-las por falta do conhecimento em Linguística. A sugestão é que tais marcas sejam sintetizadas, com vistas a gerar clareza. Assim sendo, menor quantidade delas seria apresentada, o que facilitaria o entendimento do consulente.

Quanto às variações diatópicas, os regionalismos são registrados com a indicação: i) do estado do país que emprega o lexema, tais como: Acre, Amazonas, Pará, entre outros; ii) de brasileirismo; iii) de lusitanismo; iv) das regiões com a indicação do país a que se referem, quando for o caso. Por exemplo, para indicar regionalismo do Centro-Oeste brasileiro, a abreviatura B.C.O. é utilizada no verbete.

Com relação à sistematicidade, esclarece-se que “as siglas referentes aos regionalismos brasileiros organizaram-se, quando em conjunto numa mesma acepção, do norte para o sul e do leste para o oeste, ou seja, Amazonas antes do Pará, este antes do Maranhão; Sergipe antes da Bahia, etc.” (HOUAISS, 2009, p. 6). Tal esclarecimento é relevante para revelar ao consulente o critério de ordenação das informações nos verbetes.

A marca de *nível de uso* “é a faixa linguística de expressão em que a palavra ou a acepção é empregada.” (HOUAISS, 2009, p. 6). No quadro subsequente, há os subtipos das marcas de *nível de uso*:

Quadro 3: marcas de nível de uso do DHELP (2009)

Sentido absoluto	Restringe o uso da acepção à denotação de um único elemento dentre a coletividade a que ela pertence. Por exemplo, nas frases <i>abaixo a bomba</i> , <i>liberem a pílula</i> e <i>o Senhor esteja convosco</i> , <i>bomba</i> (= bomba atômica), <i>pílula</i> (= pílula anticoncepcional) e <i>Senhor</i> (= Deus) estão usadas, não em sentido lato, mas no absoluto.
Linguagem formal	É a de uso culto, literário ou não literário (tirante o tecnoleto), a empregada no vocabulário poético e no vocabulário solene (oratória acadêmica, religiosa etc.) ou na linguagem dita esmerada.

⁸ Texto original: “indicadoras de la modificación semántica que un significado de la palabra-entrada puede suponer en relación com otro dentro del artículo lexicográfico correspondiente”.

Linguagem informal	<p>É a denominação genérica que usamos neste dicionário para as palavras, locuções ou acepções classificadas em outras fontes como: popularismos, plebeísmos, gíria, linguagem familiar e linguagem infantil:</p> <p>a) são popularismos ou coloquialismos os vocábulos, próprios da língua popular, que não fazem parte do uso culto ou formal. Exemplos: pernóstico, ror, salafrrário, revertério etc.</p> <p>b) Plebeísmos são os vocábulos ou locuções usados na língua popular e tidos frequentemente pela língua culta ou formal como grosseiros ou algo grosseiros, vulgares ou triviais, mas que não chegam a ser tabuizados. Exemplos: avacalhar, estar sem saco, aporrinhar, bunda-suja etc.</p> <p>c) Gíria são palavras ou locuções de linguagens especiais (socioletos), criadas ou adaptadas para colorir acepções ou ocultar a significação de outras palavras ou locuções, de modo a serem entendidas por determinado segmento ou grupo social apenas. (Excetuam-se deste contexto, por integrarem, neste dicionário, classificação à parte, os vocábulos do jargão dos viciados em drogas, criminosos e presos, e os tabuísmos.) Exemplos de palavras de gíria no Brasil: crocodilagem ('falsidade, traição'), mina ('mulher, namorada'), rolar ('acontecer'), descolar ('conseguir') etc. Exemplos em Portugal: trombil ('cara'), lingrinhas ('indivíduo mirrado'), larilas ('efeminado'), carcanhol ('dinheiro') etc.</p> <p>d) Linguagem familiar são palavras ou expressões usadas no âmbito doméstico e encontradas na literatura, no teatro ou em atividades afins, quando é preciso recriar com realismo a atmosfera familiar.</p> <p>e) Linguagem infantil são palavras e expressões que entram no léxico originadas de simplificações de vocábulos, feitas por adultos com o fito de ajudar na comunicação com as crianças, ou que são efetivamente criações vocabulares infantis; caracterizam-se frequentemente por redobro: cocó ('galinha'), pipi ('pênis; urina'), au-au ('cão'), bumbum ('nádegas'), vovô etc. Embora identificadas no dicionário como linguagem informal (infrm.), neste caso, uma nota no campo do USO informa ao leitor tratar-se de linguagem infantil.</p>
Linguagem policial, do crime e da droga	Conjunto de palavras e locuções do jargão dos viciados em drogas, criminosos, presidiários etc., que faz parte de um grupo especial da linguagem informal com classificação à parte desta, antes minuciada.

Linguagem policial, do crime e da droga	Conjunto de palavras e locuções do jargão dos viciados em drogas, criminosos, presidiários etc., que faz parte de um grupo especial da linguagem informal com classificação à parte desta, antes minuciada.
Tabuísmos	São as palavras, locuções ou acepções tabus, consideradas chulas, grosseiras ou ofensivas demais na maioria dos contextos; trata-se dos palavrões e afins, vocábulos que se referem em geral ao metabolismo orgânico (<i>merda, cagar</i>), aos órgãos e funções sexuais (<i>caralho, esporra, pica, boceta 'vulva', colhão, cona, foder, pívia, crica, pachoucho</i> etc.), mais disfemismos pesados como <i>puta, veado ('homossexual'), cabrão ('traído'), painelero ('homossexual')</i> ; expressões tabuizadas (<i>puta que pariu</i>) etc.
Uso impróprio	É a indicação de que determinada acepção deve ser evitada por se tratar de um erro. <i>Artelho</i> significa especialmente 'dedo do pé'. É impróprio usar tal palavra no sentido de 'tornozelo'. <i>Meteorito</i> é um 'fragmento de meteoróide', sendo impróprio utilizar tal palavra no sentido de 'fenômeno luminoso causado pelo atrito de um meteoróide com a atmosfera terrestre'.
Eufemismo	É uma palavra ou locução mais agradável, de que se lança mão para suavizar ou minimizar o peso conotador de outra palavra ou locução menos agradável, mais grosseira ou mesmo tabuística etc.
Pejorativo	É característico de palavras, expressões ou acepções que são (ou, na dependência do contexto, <i>podem ser</i>) grosseiras, ofensivas, ferinas ou preconceituosas: <i>abutre ('pessoa desalmada'), acadêmico ('falho de originalidade'), açougueiro ('dentista ou cirurgião inábil'), milico, cabeça-de-bagre, afoxé ('candomblé tido como de qualidade inferior')</i> etc.
Ironia	Tanto pode ser a) o uso de palavra ou frase de sentido diverso ou oposto à que deveria ser empregada, para definir ou denominar algo, ressaltando do contexto (por exemplo, chamar de <i>alemão</i> um atleta negro; chamar <i>baixinho</i> a alguém especialmente alto etc.); b) o uso de palavra, expressão ou acepção de caráter sarcástico; ou c) o uso de palavra ou expressão zombeteira para se elogiar, lastimar ou repreender (<i>asteísmo</i>).
Jocoso	Diz-se de acepção que tem caráter de chiste, motejo, troça (sem ser pejorativa) ou simplesmente espirituosa.
Hiperbólicas	As acepções hiperbólicas apoucam ou exageram, dramatizando um fato ou um acontecimento.

Fonte: (DEHLP, 2010)

São registrados onze tipos de nível de uso: *sentido absoluto; linguagem formal; linguagem informal; linguagem policial, do crime e da droga; tabuísmos; uso impróprio; eufemismo; pejorativo; ironia; jocoso; hiperbólicas*. A linguagem informal ainda se divide em *popularismos* ou *coloquialismos; plebeísmos; gíria; linguagem familiar; linguagem infantil*. Essas marcas contemplam as variações diastráticas.

Segundo Pontes (2011, p. 2), “a marca infantil não indica informação diastrática, mas indica restrições de estilo diafásico. Trata-se da forma por meio de que os adultos se dirigem às crianças”. No entanto, acreditamos que essa marca pode ser considerada diastrática, visto que revela o estilo empregado na conversa com criança.

A diferença entre *popularismo*, ou *coloquialismo* e *plebeísmo* é tênue, de modo que poderiam ser sintetizadas em apenas uma marca de uso. Com relação à linguagem familiar, ao consultar verbetes, não localizamos esta marca. As demais marcas de nível de uso são úteis porque contribuem para a sistematicidade da organização dos verbetes.

No que diz respeito ao registro diacrônico, “são usadas para localizar no tempo o emprego dos vocábulos na língua, esclarecendo ao leitor se ainda estão vivos, se estão por morrer, se já estão mortos”, conforme Houaiss (2009, p. 7). As marcas para as variações diacrônicas nesse dicionário estão descritas no quadro posterior.

Quadro 4: marcas diacrônicas do DEHLP (2009)

Arcaísmo	são palavras ou variantes usadas no português medieval até o português camoniano (século XVI), quando seu emprego se extinguiu dentro desse âmbito temporal.
Antigo	são palavras que classificam vocábulos, locuções, expressões e acepções usados na língua do século XVI ao XIX, mas já não empregados no século XX desde o seu início.
obsoleto ou obsolescente	são palavras que classificam vocábulos, locuções ou acepções que deixaram de ser empregados já dentro dos séculos XX e XXI, ou cujo uso se acha em processo de marginalização.
arqueologia verbal	é categoria atribuída a palavras e acepções (não vivas na língua) resgatadas dos vocabulários de línguas antigas (esp. latim e grego), depois de se adaptarem aos modelos atuais a sua fonética e grafia.

Fonte: (DEHLP, 2010)

São categorizados quatro tipos de marcas diacrônicas, cada uma com uma função. O registro detalhado dos critérios adotados para tal categorização é louvável, já que o consulente pode compreendê-los e essas marcas revelam o rigor do estudo da História da Língua no dicionário em análise.

Em suma, as marcas de uso no DEHLP (2009) são descritas com minudência. Embora não sejam denominadas na macroestrutura de “marcas de uso”, é possível localizá-las e compreender o modo como se encontram na obra. As derivações semânticas são conteúdos especializados, são mais úteis mais como uma forma de sistematização para o lexicógrafo do que para o consulente leigo. Um exemplo disso são as marcas “por extensão” e “por analogia”. É provável que o falante de língua comum, sem conhecimento em Linguística, tenha dificuldade em distingui-las.

O Novo Dicionário Aurélio (2010), por sua vez, apesar de ser um dicionário de prestígio no Brasil, não explica sobre as marcas de uso, as quais não são apresentadas na macroestrutura. As marcas de uso podem ser localizadas apenas por meio da consulta à lista de abreviaturas. Deste modo, não há detalhamento do significado de cada tipo de marca, o que prejudica o entendimento de determinadas acepções.

As marcas encontradas são *absoluto*, *africanismo*, *antigo*, *antiquado*, *arcaísmo*, *brasileirismo*, *burlesco*, *depreciativo*, *desusado*, *desusado no Brasil*, *poético*, *familiar*, *gíria*, *impróprio*, *jocosos*, *neologismo*, *obsoleto*, *pejorativo*, *plebeísmo*. Falta diferenciação entre as marcas diacrônicas *antigo*, *antiquado* e *arcaísmo*, *obsoleto*.

As marcas *absoluto* e *impróprio*, sem a explicação ao que se referem, fazem com que o consulente não compreenda os usos adequados. A diferenciação entre as marcas “familiar” e “plebeísmo” não é esclarecida. Quanto à marca *neologismo*, é questionável o critério para o registro do lexema, já que, quando há o registro no dicionário, o lexema deixa de ser neologismo. Além disso, como o processo de atualização do dicionário é lento, a inclusão da marca *neologismo* pode gerar mais necessidade de ajuste em espaço de tempo menor, para que haja as revisões quanto aos neologismos que já foram inseridos na língua.

Na macroestrutura do *Dicionário de usos do Português do Brasil* (2002), as marcas de uso podem ser de variações regionais e variações de registros. Entretanto falta explicação sobre os tipos, os quais estão registrados no quadro 5.

Quadro 5: marcas de uso no DUP (2002)

Marca de uso
Regionalismo do Norte
Regionalismo do Nordeste
Regionalismo do Sul
Regionalismo do Sudeste
Regionalismo do Leste
Regionalismo do Oeste
Regionalismo do Centro-Oeste
Coloquial
Chulo
Obsoleto
Depreciativo

Fonte: (DUP, 2002)

São registrados os regionalismos com base em sete regiões e há apenas quatro marcas de registro. A simplicidade dessas marcas facilita a compreensão das informações nos verbetes. Para indicar variante diacrônica, há a marca *obsoleto*, que é suficiente, visto que ao consulente é relevante saber se o lexema é ou não é mais usado. Conhecer se não é empregado por ser arcaísmo, por exemplo, não é o tipo de informação geralmente encontrada em dicionários de uso, que se baseiam na frequência de ocorrência para lematizar os significantes. A objetividade das marcas de uso do DUP (2002) é favorável para compreensão da microestrutura.

O dicionário *Oxford Learner's* é direcionado para aprendizes da língua inglesa. Na macroestrutura, esse dicionário apresenta todos os elementos necessários para o entendimento das marcas de uso, visto que exibe o tipo, o significado e os exemplos, na seção *symbols and labels*, conforme pode ser observado no quadro 6.

Quadro 6: marcas de uso do *Oxford Learner's* (2016)

Tipo	Significado	Exemplo
Approving	Expressions show that you feel approval or admiration.	Feisty, petite
Figurative	Language is used in a non-literal or metaphorical way.	He didn't want to cast a shadow on (=spoil) their happiness.
Formal	Expressions are usually only used in serious or official language and would not be appropriate in normal everyday conversation.	Admonish, Besmirch.
Informal	Expressions are used between friends or in a relaxed or unofficial situation. They are not appropriate for formal situations.	Bonkers, Dodgy.
Humorous	Expressions are intended to be funny.	Ankle-biter, Lurgy
Ironic	Language uses words to mean the opposite of the meaning that they seem to have.	You're a great help, I must say! (= no help at all).
Literary	Language is used mainly in literature and imaginative writing.	Aflame, Halcyon
Saying	Describes a well-known fixed or traditional phrase, such as a proverb, that is used to make a comment, give advice, etc.	Dingbat, Dosh
Offensive	Expressions are used by some people to address or refer to people in a way that is very insulting, especially in connection with their race, religion, sex or disabilities. You should not use these words.	Ø
Taboo	Expressions are likely to be thought by many people to be obscene or shocking. You should not use them.	Ø

Dialect	Describes expressions that are mainly used in particular regions of the British Isles, not including Ireland, Scotland or Wales.	Beck, Nowt.
Old-fashioned	Expressions are passing out of current use.	Balderdash, Beanfeast.
Old	Use describes expressions that are no longer in current use.	Ere, Perchance.
Slang	Is very informal language, sometimes restricted to a particular group of people, for example people of the same age or those who have the same interests or do the same job.	Actions speak louder than words.
Disapproving	Expressions show that you feel disapproval or contempt.	Blinkered, newfangled.

Fonte: (*Oxford Learner's*, 2016)

O dicionário *Oxford Learner's* (2016) apresenta com clareza as marcas de uso, bem como as exemplifica, de modo que contribui para a compreensão do consulente. Entre as obras analisadas nesta pesquisa, o *Oxford Learner's* foi a única que registrou a marca *figurative* (figurado). No DEHLP (2009) e no NDA (2009), essa marca aparece nos verbetes, a qual pode ser consultada no verbe *xeque*, por exemplo. Para a marca *saying*, o dicionário indica os verbetes *Dingbat* e *Dosh*, porém esses lexemas não possuem definição nem a marca de uso *saying*, há apenas a marca *slang*.

O *Diccionario de la lengua española* (2014) possui as marcas de uso na lista de abreviatura, as quais carecem de detalhamento. As marcas de uso localizadas são: *ablativo, desusado, eufemismo, figurado, galego, português, inusual, irônico, peyorativo, poético, popular, poco usado, rural e vulgar*.

O *Le nouveau Petit Robert: dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française* (2010) apresenta na macroestrutura breve explicação acerca das marcas de uso abreviadas – *littér.*, *fam.*, *pop.*, *vulg.*, e *péj.* As demais podem ser consultadas na lista de abreviaturas, conforme descritas no quadro posterior.

Quadro 7: marcas de uso do *Le nouveau Petit Robert* (2010)

Tipo	Significado
littéraire	Específico para a escrita francesa e, especialmente, o uso dominante literária.
familier	Familiar
populaire	Reservados para trabalhos que mostram uma falta de escolaridade, em alguns grupos desfavorecidos socialmente.
péjoratif	Insulto e insulto racista.
abusif	Ø
tabou	Ø

dénigrant	Ø
imprécision	Ø
vulgaire	Demonstra uma atitude hostil e violenta.

Fonte: (*Le nouveau Petit Robert*, 2010)

Com base nessas observações, na maioria dos dicionários, as marcas de uso são apresentadas sem que o consulente as compreenda, devido à falta de detalhamento da explicação a respeito. Essa constatação vai ao encontro das ideias apresentadas por Porto Dapena (2002, p. 249), ao afirmar que

os consulentes de dicionário prestam, em geral, pouca atenção, quando as marcas são incômodas, porque normalmente vêm expressas por abreviaturas ou por outros meios cujo sentido é desconhecido. Além disso: os próprios lexicógrafos, os autores do dicionário, usam as marcas, às vezes, sem muito rigor, levando a algumas inconsistências e imprecisões.⁹

Para que as marcas possam cumprir o papel de apresentar particularidades acerca dos lexemas, é preciso que sejam registradas com consistência, precisão, com rigor por parte do lexicógrafo para delimitá-las, o que, por sua vez, facilitará a compreensão do consulente. Com relação às obras avaliadas, as marcas de uso do *Oxford Learner's* são as mais apropriadas, pois são objetivas e há explicação sobre o que significam. As marcas do DUP (2002) são objetivas, mas falta clareza em relação à falta de explicação de cada tipo de conceito.

O quadro a seguir resume as marcas de uso dos dicionários analisados:

Quadro 8: marcas de uso dos dicionários analisados

	DUP (2002)	DEHLP (2009)	NDA (2009)	LNPT (2010)	DLE (2014)	OLD (2016)
Ablativo					x	
absoluto		x	x			
abusivo				x		
antigo		x	x			x
apropriado ¹⁰						x
arcaísmo		x	x			
antiquado			x			
arqueologia verbal		x				
brasileirismo			x			

⁹ Texto original: Los usuarios del diccionario suelen prestarles en general poca atención, cuando no les resultan incómodas, porque al venir normalmente expresadas mediante abreviaturas u otros medios convencionales desconocen su verdadero significado y alcance. Es más: los propios lexicógrafos, autores del diccionario, las utilizan a veces sin demasiado rigor, lo que lleva a no pocas incoherencias e imprecisiones, desde luego muy poco deseables en una obra lexicográfica.

¹⁰ Approving.

burlesco			x			
chulo	x					
coloquialismos ou coloquial	x	x				
depreciativo	x		x			
desapropriado ¹¹						x
derivações semânticas		x				
desusado			x		x	
dialeto						x
eufemismo		x	x		x	
familiar		x	x	x		
figurado					x	
formal		x				x
galego					x	
gíria		x	x			x
hiperbólica		x				
humor					x	
impróprio ¹²		x	x			x
infantil		x				
informal		x				
inusual					x	
ironia ou irônico		x			x	x
jocosos		x	x			
linguagem policial, do crime e da droga		x				
literário				x		x
moda antiga ¹³						
neologismo			x			
obsoleto	x	x	x			
ofensivo						x
pejorativo		x	x	x	x	
plebeísmo		x	x			

¹² Disapproving.¹³ Old-fashioned.

poético					X	
português						
popular				X	X	
pouco usado					X	
tabuísmos ou tabu		X		X		X
regionalismo	X	X				
rural					X	
'saying'						X
vulgar				X	X	

Fonte: (Vilarinho, 2017)

Nas obras avaliadas, foram encontradas 48 marcas. Há marcas que só foram usadas em uma das obras, tais como: *ablativo*; *abusivo*; *apropriado*; *arqueologia verbal*; *brasileirismo*; *burlesco*; *chulo*; *desapropriado*; *derivações semânticas*; *dialeto*; *galego*; *hiberbólica*; *humor*; *infantil*; *informal*; *inusual*; *linguagem policial, do crime e da droga*. A marca *pejorativo* foi registrada em quatro dos dicionários em análise. Logo, foi a mais frequente. As marcas *antigo*, *eufemismo*, *familiar*, *ironia ou irônico* e *obsoleto* foram usadas em até três obras.

A fim de sintetizar as marcas que encontramos nas análises, organizamos as informações em mapas mentais¹⁴ para registro das marcas geográficas, estilísticas, temporais, de frequência e de avaliação, com base na categorização de Strehler (1997, p. 74).

A ilustração posterior registra as marcas geográficas usadas nas obras avaliadas:

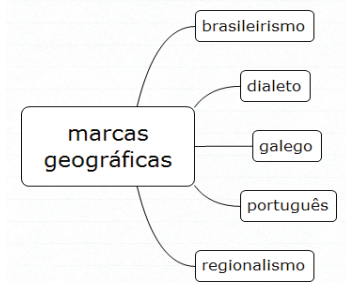


Figura 1: marcas estilísticas

Fonte: (Vilarinho, 2017)

É válido explicarmos, por exemplo, a marca *brasileirismo*. Com base em Faulstich (2004, p. 8), *brasileirismos* são

¹⁴ De acordo com Triboli (2004, p. 1), “os mapas mentais podem ser usados em qualquer situação que apresente uma estrutura de relações. Seu uso desenvolve a habilidade de organizar e aplicar conhecimentos. [...] A elaboração de mapas mentais como diagramas auxiliares de construção de sentido pode facilitar bastante o aprendizado”

palavras, locuções e outras estruturas sintagmáticas criadas e formadas no Brasil, com base em formantes já existentes no vernáculo, abandonando-se o ponto de vista de que adstratos¹⁵ e substratos¹⁶ são brasileirismos porque fazem parte do uso brasileiro do português.

Há também os brasileirismos terminológicos, cuja definição é “palavra, locução e outra estrutura sintagmática criada e formada no Brasil, que tenha significado autônomo e esteja encerrado num conceito de especialidade, que possibilite reconhecer a área a que pertence” (FAULSTICH, 2004, p. 8).

A marca *brasileirismo* é indispensável quando mais de uma variedade do Português é contemplada em obra lexicográfica, para indicar os lexemas do Português do Brasil e os do Português de Portugal, por exemplo. O DHELP (2009) possui a marca *lusitanismo* para indicar os lexemas ou termos provenientes da variedade do Português de Portugal.

Moreira (2016, p. 434), por sua vez, estudou os brasileirismos nos dicionários NDA (2004) e DHELP (2009) e afirmou que correspondem a “toda casta de divergências notadas entre a linguagem portuguesa vernácula e a falada geralmente no Brasil”, independentemente de sua origem”. No NDA, Costa (2008, p. 52) identificou 51 verbos que são brasileirismos terminológicos. Um exemplo disso que a autora (COSTA, 2008, p. 54) apresenta é o verbo “**afundar**. Bras. Gír. Escol. levar (o aluno) a sair-se mal num exame, pela dificuldade das questões”. Neste verbete, há as marca *brasileirismo*, *gíria* e área de especialidade *escola*.

As marcas *brasileirismo*, *galego* e *português* não serão usadas no DIALP, pois a obra refere-se apenas ao Português do Brasil. Os regionalismos serão incluídos. A seguir, na figura 2, estão as marcas estilísticas encontradas:



Figura 2: marcas estilísticas

Fonte: (Vilarinho, 2017)

¹⁵ No adstrato, nenhuma das línguas intervenientes desaparece; apenas convivem e se influenciam (BASSETO, 2001, p.164).

¹⁶ Segundo Carvalho & Nascimento (1970, p. 21), substrato linguístico é “a língua de um povo vencido sobre a qual se superpõe a língua do vencedor”.

A marca *coloquial* pode incluir a *familiar*, *plebeísmo* e *popular*, visto que são semelhantes. As marcas *derivação semântica*; *eufemismo*; *hiperbólico*; *impróprio*; *infantil*; *linguagem policial, de crime e das drogas*; *literário*; *poético* e *rural* não serão contempladas no DIALP, uma vez que trazem especificidades de estilo dispensáveis. Como lexemas do âmbito poético e literário nem sempre são usados pelo aprendiz de PBSL, a inclusão destes na nomenclatura da obra é considerada desnecessária.

Quanto às marcas temporais, optamos por não adotá-las no DIALP, visto que este será um dicionário de uso. Logo, os lexemas antigos não serão contemplados. Ademais, os neologismos, ao serem lexicografados, deixam de ser novos. Por isso, os neologismos serão contemplados, mas sem ser identificados, já que, uma vez registrados, tornam-se lexemas da Língua Portuguesa. Para fins de sistematização, a figura 3 esquematiza marcas temporais encontradas nas obras avaliadas:

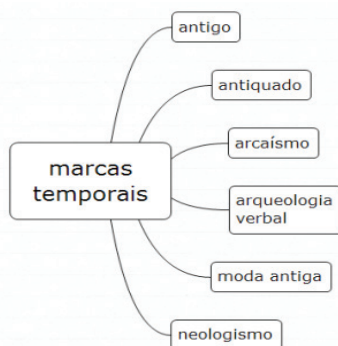


Figura 3: marcas temporais

Fonte: (Vilarinho, 2017)

As marcas de frequência também não serão empregadas, por ser um dicionário de uso. Lexemas obsoletos, desusados ou pouco usados não são lematizados. Os tipos dessa marca encontrados estão descritos na figura 4:

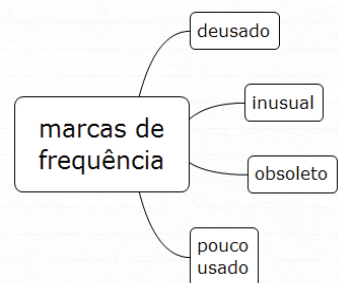


Figura 4: marcas de frequência

Fonte: (Vilarinho, 2017)

As marcas de avaliação estão listadas na figura a seguir:



Figura 5: marcas de avaliação

Fonte: (Vilarinho, 2017)

As marcas de avaliação podem ser sintetizadas, tendo em vista que *abusivo*, *chulo* e *ofensivo* são contempladas pela marca *tabuismo*. As marcas *burlesco* e *ironia* ou *irônico* denotam o mesmo tipo de variante, por isso optamos por adotar a marca *irônico* por ser mais usual que *burlesco*. Como prova disso, ao consultarmos a ocorrência de “*burlesco*” no programa *Sketch Engine*, no Corpus Brasileiro, que possui mais de 871 milhões de palavras, a frequência é de 421 ocorrências; 0,37 por milhão. Se consultarmos o lexema *irônico*, a ocorrência no mesmo *corpus* é de 10.204; 2,70 por milhão. Diante disso, é possível perceber que o lexema *burlesco* é menos frequente e pode ser desconhecido do público-alvo.

Quanto às marcas *jocoso* e *humor* que registram variantes que provocam descontração, adotaremos a marca *humor*, posto que o lexema *jocoso* não é muito utilizado. No *Corpus Brasileiro*, *jocoso* aparece 699 vezes (0,62 por milhão) e *humor* ocorre 21.939 vezes (19,40 por milhão). No que diz respeito às marcas *depreciativo* e *pejorativo*, empregaremos a última, que é mais frequente do que a primeira, que ocorre 1.036 vezes (0,90 por milhão), enquanto *pejorativo* ocorre 2.084 vezes (1,80 por milhão) no *Corpus Brasileiro*. Por fim, a marca *desapropriado* não será adotada, visto que não há justificativa para que seja imprescindível, em razão da dificuldade para se definir os critérios do que seria *desapropriado*.

Foi possível notar que cada obra apresenta as marcas de uso. No entanto, nem sempre o critério é explicitado. As marcas de uso devem ser estabelecidas de acordo com o público-alvo, a fim de que compreenda a sua funcionalidade. Ademais, a falta de marca de uso pode gerar estereótipos, uma vez que, se um lexema na língua portuguesa denota uma variante, a indicação dessa variante sinaliza ao consulente o nível da linguagem adequado para o uso. Um exemplo da relevância da marca de uso a fim de evitar estereótipos pode ser observada no verbete *surdo* do DEHLP (2009). Nesse verbete, na acepção 4, há o registro “Derivação: sentido figurado que não demonstra empatia ou solidariedade; indiferente, insensível, impassível”. Com sentido conotativo, a sociedade brasileira pode utilizar o lexema *surdo* para significar indiferente, insensível. Caso o lexicógrafo não coloque a marca nesse verbete, tal conotação seria indevida por ausência de explicitação do contexto em que tal significado pode ocorrer, o que resulta a generalização de que *surdo* é indiferente. Sem a marca de uso, isso poderia, inclusive, acarretar um processo judicial à editora, por disseminar uma informação equivocada acerca do sujeito

surdo. Com a marca de uso, a editora está resguardada, porque a revelação do significado que poderia ser polêmico está restrita apenas ao contexto informal, em razão do sentido figurado do lexema.

Na próxima seção, discutiremos acerca das marcas de uso a serem registradas no nosso modelo de dicionário que está sendo construído.

PROPOSTA DE MARCAS DE USO PARA O DIALP

Com base nas análises obtidas por meio das avaliações das marcas de uso nos dicionários selecionados, propomos as marcas de uso para o DIALP, as quais podem ser marcas de avaliação, estilística e geográfica, com base na categorização de Strehler (1997, p. 74). Almejamos lexicografar apenas os lexemas do Português Contemporâneo e, por isso, não contemplaremos as variações diacrônicas e de frequência na língua. Após as análises feitas, definimos as marcas de uso para o DIALP, conforme registrado no quadro 9:

Quadro 9: Proposta de marca de uso para o DIALP

tipos de marcas de uso	marcas de uso	abreviatura	significado
Marcas de avaliação	Irônico	iron.	denota sentido oposto ao que deveria expressar, com intenção de deboche e ridicularização de algo ou alguém.
	Humorístico	hum.	promove riso, gera diversão, é cômico e possui denotação positiva.
	Pejorativo	pej.	possui sentido depreciativo, desagradável.
Marcas estilísticas	coloquial	coloq.	expressa contextos informais.
	Figurado	fig.	emprega o sentido conotativo.
	Gíria	gír.	registra dialeto usado por determinado grupo social.
	Tabuísmo	tabu.	apresenta tabus considerados chulos, grosseiros, ofensivos ou obscenos, como palavrões, por exemplo.
Marca geográfica	Regionalismo	region.	indica uso em determinada região.

Fonte: (Vilarinho, 2017)

Registramos como marcas de avaliação *irônico*, *humorístico* e *pejorativo*. Julgamos que essas três marcas contemplam situações com as quais os aprendizes vão se deparar. Com relação às marcas estilísticas, Strehler (1997, p. 78) sugere marcas de uso a serem empregadas:

esta proposta se caracteriza pela ausência de marcas ligadas a classes sociais, como é o caso de *popular*, por exemplo. A marca *corrente* serve para caracterizar o nível linguístico neutro. Por isso deve ser empregado só excepcionalmente quando uma aceção puder ser considerada como não-pertencente a esta camada. Reduziram-se os níveis abaixo da camada neutra às três marcas familiar, trivial e *vulgar*, dentro das quais cabem todas as outras como *plebeu*, *popular* e *chulo*. Esta opção evita a atomização de marcas redundantes. A *gíria* merece uma observação particular. A proposta poderia prever uma marca específica, *gíria*, para rotular certas aceções.

Concordamos em deixar de registrar a marca *popular*, posto que, se tentarmos diferenciar as marcas *popular* e *plebeu* ou *plebeísmo*, haveria dificuldade, pois ambas são empregadas em contextos informais por cidadãos de classe baixa ou média. Ferraz (1998) menciona que *popular* se confunde com *vulgar*, que se confunde com *chulo*. Como *popular* se contrapõe à variedade padrão, a marca coloquial contempla as variantes populares.

A marca *corrente* “designa palavra ou sentido pertencente à linguagem corriqueira” (STREHLER, 1997, p. 78). No entanto, entendemos que a marca *coloquial* é suficiente para indicar sentidos da linguagem corriqueira, bem como da familiar, da trivial e da vulgar. Embora Strehler (1997, p. 78) entenda que há uma marca neutra (a *corrente*), abaixo dela ocorra a *familiar*, *trivial* e *vulgar*, sugerimos que essas quatro marcas podem ser resumidas pelo emprego da marca *coloquial*. A marca *vulgar* “designa palavra ou sentido que choca e que é evitado num discurso preocupado com correção e decência, independentemente de classes sociais”, conforme Strehler (1997, p. 78). Essa indicação equivale aos tabuísmos que abrangem os lexemas obscenos, os quais são relacionados às conotações sexuais. Empregamos a marca *tabuísmo*, escolhida por remeter aos cognatos *taboo* do inglês e o *tabou* do francês, o que pode facilitar o entendimento dos consulentes que tenham estas línguas como maternas. Ademais, incluímos a marca *gíria*, já que indica lexemas empregados por grupos sociais e são necessárias para o entendimento de situações informais de comunicação.

Quanto às marcas geográficas, como o dicionário é do Português do Brasil, recomendamos o registro dos regionalismos indicados pela região ou pelos estados da Federação nos quais são empregados. O uso do Atlas Linguístico do Brasil (2014) serve de auxílio para identificação das variantes regionais.

Foram delimitadas as marcas de uso essenciais para que o consulente possa compreender a proposta e ter acesso às variações diatópica, diastrática e diafásica, com vistas à interação comunicativa do aprendiz de L2. Mediante a avaliação do objeto de estudo em obras lexicográficas, notamos que são apresentadas diversas marcas, algumas necessárias, outras em excesso. Na maioria dos dicionários em análise, as informações sobre essas marcas são incompletas na macroestrutura, o que dificulta o entendimento da microestrutura pelo consulente.

As marcas de uso devem ser estabelecidas com foco nas necessidades do consulente, sem haver a criação de marcas excessivas para evitar que ele não compreenda a diferença entre cada uma delas, nem pode haver um quantitativo que não contemple os tipos diversos de variantes. Por isso, selecionamos aquelas que indiquem as variações geográfica, estilística e social, de modo que a proposta lexicográfica ficará completa, pois disponibilizará as variantes acompanhadas das marcas devidamente identificadas na macroestrutura e na microestrutura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALKMIM, T. M. Sociolinguística. *Introdução à linguística: domínios e fronteiras*. MUSSALIM, F., BENTES, Anna Christina (Org.). 3. ed. São Paulo: Cortez, 2003, pp. 21-47.
- BASSETTO, B. F. *Elementos de filologia românica: história das línguas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, vol.1, 2001.
- BORBA, F. da S. et al. *Dicionário de usos do Português do Brasil*. São Paulo: Ática, 2002.
- CARDOSO, S. et al. *Atlas Linguístico do Brasil*. Londrina: Eduel, 2014.
- CARVALHO, D. G.; NASCIMENTO, M. *Gramática histórica: para o colegial e vestibulares*. 6.ed. São Paulo: Ática, 1970.
- COSTA, B. E. M. *Brasileirismos terminológicos: estado de verbos em ação e processo*. Dissertação (Mestrado). Brasília: Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, Universidade de Brasília, 2008. Disponível em: <repositorio.unb.br/handle/10482/4335?mode=ful>. Acesso em: 27 mar. 2017.
- DIAS, S. N.; CANO, W. M. Marcas de uso no dicionário: análise contrastiva entre os arcaísmos no Aurélio e no Houaiss. *Anais do XII Seminário de Iniciação Científica*. Minas Gerais: UFU, 2008. Disponível em: <<https://ssl4799.websiteseuro.com/swge5/seg/cd2008/PDF/IC2008-0428.PDF>>. Acesso 20 fev. 2017.
- DICTIONNAIRES LE ROBERT. (1991). *Le Petit Robert I*. Paris: Dictionnaires Le Robert.
- DUDEN. *Deutsches Universalwörterbuch*. Virsalwörterbuch, Mannheim, Viena e Zurique: Dudenverlag, 1983.
- FAULSTICH, E. Duas questões em discussão: o que são brasileirismos nos dicionários de Língua Portuguesa? Existem brasileirismos terminológicos. *Jornada sobre "Variación Geolectal i Terminologia"*, Barcelona: Red Panlatina de Terminologia Realiter/ IULAterm/Institut Universitari de Linguística Aplicada, 2004. Disponível em: <[http:// bit.ly/1PAw6s6](http://bit.ly/1PAw6s6)>. Acesso em 27 mar. 2017.
- FERRAZ, A. P. *A etiquetagem de unidades léxicas em obras lexicográficas brasileiras: um estudo sob as perspectivas diatópica, diastrática e diafásica*. 1998. 321f. Tese (Doutorado em Letras) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara.
- FERREIRA, A. B. de H. *Dicionário Aurélio Eletrônico: século XXI*?. Versão 3.0. Rio de Janeiro: Nova Fronteira e Lexikon Informática, 1999.
- FERREIRA, A. B. de H. *Miniaurélio Século XXI*. 5. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010.
- FERREIRA, A. B. de H. *Novo dicionário Aurélio*. 7. ed. Versão 7.0. Dicionário eletrônico. Curitiba: Positivo. 1 CD-ROM, 2010.
- FERREIRA, A. B. de H. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.
- GONZÁLEZ PÉREZ, R. La marca *figurado* en los diccionarios de uso. *Revista de Lexicografía*, VII, 2000-2001, pp. 77-90.
- HAENSCH, G. *Los diccionarios del español en el umbral del siglo XXI*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 1997.

HOUAISS, A. *Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa*. Versão 3.0. São Paulo: Objetiva, 2009.

HOUAISS, A. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

HOUAISS, A. VILLAR, M. de S. *Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2003.

MOREIRA, B. E. C. Redescobrimos os brasileirismos. *Filologia Linguística*. São Paulo, v. 18, 2016, pp. 421-442.

OXFORD. *Oxford Learner's Dictionaries*, 2016. Disponível em: <<http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

PONTES, A. L. Marcas de uso em dicionários escolares brasileiros. *Anais do VIII ENGTLEX*, 2011. Disponível em: <<150.164.100.248/gtlex/viiiengtlex/mesas.../Antônio%20Luciano%20Pontes.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2017.

PORTO DAPENA, J. A. *Manual de Técnica Lexicográfica*. Madri: Arco Libros, 2002.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española*. 23. ed., 2014. Disponível em: <<dle.rae.es>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

ROBERT. *Le nouveau Petit Robert: dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Paris: Le Robert, 2010.

STREHLER, R. G. As marcas de uso nos dicionários. In: OLIVEIRA, A. M. P. P.; ISQUERDO, A. N. (Org.) *As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia, terminologia*. Campo Grande: Ed. UFMS, 1998, pp. 129-142.

STREHLER, R. G. *Análise de categorias de marcas de uso em dicionários*. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Brasília: Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, Universidade de Brasília, 1997.

VILARINHO, M. M. de O. Metodologia para elaboração de dicionário analógico de língua portuguesa. *Alfa*, v. 61, n. 4, 2017.

STREHLER, R. G. *Proposta de dicionário informatizado analógico de língua portuguesa*. Tese (doutorado) - Universidade de Brasília, Instituto de Letras, Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, Programa de Pós-Graduação em Linguística, 2013.