

René Gottlieb Strehler (Brasília)

A marca 'POP' em dicionários de língua portuguesa

Introdução

A consulta de certos dicionários mostra que, como marca de uso POP., *popular*, é bastante divulgado para caracterizar certos empregos linguísticos. A problemática com a presente marca de uso reside no fato de que seu emprego não parece estandardizado, ou seja, no interior de um dado dicionário não aparece claramente como a marca "popular" foi conceptualizado e, além disso, a marca POP., entra em conflito com outras indicações para caracterizar um uso peculiar, como *familiar*, *vulgar* ou *chulo*, por exemplo.

Diante dessa problemática, o presente artigo visa quantificar o emprego de POP. em três dicionários e discutir a noção de "popular" como conceito linguístico bastante frágil. Baseado nessas duas partes, torna-se possível analisar e comentar os empregos da marca POP.

Serviram para o presente trabalho os seguintes dicionários:

- Anônimo (2012): *Dicionário da língua portuguesa 2013*, Porto: Porto Editora, doravante DLP.
- Ferreira, Aurélio Buarque de Holanda (2004): *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*, Curitiba: Editora Positiva, doravante Aurélio.
- Sacconi, Luiz Antonio (2010): *Grande dicionário Sacconi da língua portuguesa*, São Paulo, editora Nova Geração, doravante GDS.

Para o Aurélio e o GDS, serviram antes de tudo as respectivas versões eletrônicas. Certas informações complementares ou comparações provêm da versão eletrônica dos dicionários:

- Houaiss, Antônio (2001): *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*, Rio de Janeiro: Editora Objetiva, doravante Houaiss.
- Rey, Alain (Dir.) (2014): *Le Petit Robert*, Paris: editora leRobert.

Quantificação do fenômeno

Ao consultar três dicionários, Aurélio, DLP e GDS, de *pantufa* a *pasto*, obtêm-se 247 acepções ou verbetes contendo a marca ‘POP’. No entanto, as visões não concordantes dos lexicógrafos e o tamanho bastante divergente das obras consultadas fazem com que esse número citado corresponde a um total cumulativo; ou seja, certo dicionário trata tal acepção ausente em outros e, assim, o número de marcas ‘POP’ levantado varia em cada dicionário.

No interstício *pantufa* – *pasto*, o Aurélio contém 223 ocorrências da marca ‘POP’, o GDS 180 marcas, enquanto o DLP recorre, nesse mesmo interstício, apenas 111 vezes à referida marca. Esses números são pouco significativos, pois resultam provavelmente do tamanho divergente das respectivas obras. A propósito do Aurélio, é questão de mais de 400.000 verbetes, a propaganda do GDS menciona mais de 200.000 verbetes e a capa do DLP menciona que haja cerca de 265.000 definições (que correspondem talvez a menos de 100.000 verbetes). Para ter uma ideia a propósito da marca de uso ‘POP’, não apenas num dado dicionário, mas no conjunto das três obras, retiramos dos números acima citados a quantidade de verbetes/acepções presentes apenas num único dicionário; ou seja, retiramos 35 ocorrências do Aurélio, 12 do GDS e 10 ocorrências do DLP. Desta maneira, obtemos o quadro numérico seguinte:

	emprego de ‘POP’		ausência de ‘POP’	total das acepções (= 100% para cada obra)
	Caso 1: os dicionários concordam no emprego de ‘POP’.	Caso 2: os dicionários concordam parcialmente no emprego de ‘POP’.	Caso 3: ‘POP’ presente em acepções de outro dicionário, mas ausente na obra considerada.	
Aurélio	23 (12,2%)	33 (17,6%)	132 (70,2%)	188 (100%)
DLP	8 (7,9%)	39 (38,6%)	54 (53,5%)	101 (100%)
GDS	22 (13,1%)	113 (67,3%)	33 (19,6%)	168 (100%)
Médias	11,1 %	41,2%	47,7%	100%

A divergência entre os totais da coluna à direita se explica pelo fato de que certas acepções estão presentes apenas em duas obras. Assim *pássaro*, no sentido de “homem finório, astuto”, está presente no Aurélio e no DLP, mas não no GDS; enquanto *papagaiada*, no sentido de “ostentação exagerada e ridícula”, aparece no Aurélio e no GDS, mas está ausente no DLP.

Os números levantados já apontam certas realidades a propósito da marca ‘POP’. O primeiro fato a ser notado é que há pouca concordância na atribuição da referida marca: em apenas onze por centos dos casos os lexicógrafos dos três dicionários têm o mesmo julgamento de um dado fato. Na grande maioria, quase 50% dos casos, os dicionários não concordam em relação a que se possa considerar ‘popular’. Outro fato mostrado pelo quadro é que o GDS distribui com maior facilidade a marca ‘POP’. De fato, se o Aurélio e o DLP têm 70,2% e 53,5%, respectivamente, das acepções sem marca ‘POP’, o GDS diverge apenas em 19,6% dos casos na atribuição da referida marca. Além disso, o GDS, de volume menor que o Aurélio e nas condições fixadas, emprega 135 vezes a marca ‘POP’, o Aurélio 56 vezes e o DLP 47 vezes.

A disparidade numérica leva a suspeitar que a marca ‘pop’ não corresponde a uma avaliação de um fato estilístico ou linguístico claramente circunscrito. Nesse contexto devemos entender o que é *popular*, particularmente para os dicionários aqui examinados.

A noção de ‘popular’

Na nossa civilização ocidental, o mundo latino continua uma referência cultural. Assim sendo, notamos que a palavra *popular* é uma herança do latim. Naquela época, ela já era um derivado do substantivo *populus*, que, já trazia um significado diferente na época clássica. Num primeiro tempo, é possível transcrever *popular* como “sendo do povo”, “amado do povo” ou “dedicado ao povo”. A forma substantivada serviu depois para falar dos partidários das classes modestas; na época cristã, a referida substantivação

serviu para designar os laicos em oposição ao clero. No latim medieval, serve para designar o povo em geral.

Dessas observações se deduz que *popular* está em relação estreita com a palavra *povo*, que comporta as mesmas ambiguidades que a palavra precedente. Com efeito, *povo* pode designar os habitantes de um território com oposição aos outros, os estrangeiros; mas, ao lado de ‘povo-nação’, há igualmente o ‘povo-classe social’. Definir o que é *povo* como classe social não é o objetivo do presente trabalho, apenas mencionamos que a problemática ideológica a esse propósito é velha, pois *populus* [*povo*] podia igualmente significar *plebe*. Os traços desse fato se percebem até hoje nas línguas romanas, assim lê-se no Aurélio

plebe [...] 3. v. *povo* (6)

e

povo [...] 6. O conjunto das pessoas pertencentes às classes menos favorecidas; plebe;

ou seja, *povo*, assim como *popular*, são ambivalentes e, sem contexto de comunicação forte é delicado saber se tal ou tal palavra recobre uma noção melhorativa ou pejorativa.

A questão agora é saber como os dicionários conceptualizam *popular* no tocante a fatos linguísticos. ‘POP’, a nosso entender, é uma marca de uso, ou rubrica, que indica o distanciamento de uma acepção ou de uma palavra do nível linguístico neutro, ou estilisticamente não marcado, adotado por um dicionário. Nas obras aqui em questão, o nível não marcado corresponde ao português normalizado tal como ele é praticado no Brasil e em Portugal; ou seja, mais ou menos a ‘norma culta’. Um desvio desse nível não marcado corresponde, portanto, a um fenômeno de variação linguística, que limitamos aqui à variação diatópica, à variação diastrática e a variação diafásica. Nas suas apresentações e introduções respectivas, os três dicionários não são prolixos nas explicações a propósito da variação e do seu tratamento dicionarístico. Os três dicionários mencionam apenas que ‘Pop.’, ‘pop.’ ou ‘pop.’ significam “popular” ou “populares”. O GDS julga necessário acrescentar a ‘popular’ o qualificativo “linguagem”. Quanto à caracterização da “linguagem popular”, as introduções não informam se essa linguagem se refere a uma camada da população, oposta à burguesia ou

à aristocracia, ou a um contexto de comunicação peculiar, estilisticamente marcado, na mesma linha como ‘poético’ ou ‘vulgar’, por exemplo. Diante dessa indeterminação é interessante ver se os dicionários abordam, nas suas respectivas definições, uma acepção específica para entender o significado da marca ‘POP.’.

Começando pelo Aurélio, que nos dá 17 acepções de *popular*, escolhamos a quinta:

5. Comum ou usual entre o povo: *linguagem popular*; [...].

A maneira como se entende *povo* aparece no exemplo que acompanha a definição citada:

[...] precatam o leitor contra a sintaxe popular, entre nós, custo a crer, custo a ler.

No caso do DLP, não há exemplo ou ilustração explicitamente ligado à prática da língua, mas as acepções dois e três são as mais apropriadas:

[...] 2 próprio do povo 3 usado ou frequente entre o povo; vulgar [...].

Optando pela acepção dois, evita-se o julgamento ‘vulgar’ presente na terceira acepção; no entanto, não dispomos suficientemente de elementos para decidir qual acepção corresponde ao valor incorporado pela marca ‘POP.’. O GDS não é mais explícito que as obras precedentes. As acepções que possam servir a interpretar a marca em questão são as duas seguintes.

4. Que vem do grosso da população: *voto popular, aprovação popular*. 5. Que se origina entre o povo: *crença popular*.

Ao examinar a acepção cinco, nota-se certa conotação negativa, como se vê no abono “crença popular”; ou seja, uma crença popular não corresponde a um saber indiscutivelmente estabelecido.

Diante do exposto acima não se consegue circunscrever com clareza o que é *popular* na lexicografia luso-brasileira. De fato, se entendemos que *popular* significa “próprio ao povo”, devemos admitir que há uma classe social com peculiaridades linguísticas divergentes das classes ‘não populares’. Talvez essa classe se caracterize pelo contato ainda reduzido ou ainda recente com a instrução formal que transmite a variante normalizada do idioma português. No contexto brasileiro essa camada seria talvez

essencialmente a população urbana que apareceu com o êxodo rural das últimas quatro ou cinco décadas. Nesse caso estaríamos diante de uma conceptualização parecida de *populaire* que se observa na lexicografia francesa. Nessa lexicografia, *popular* corresponde às camadas urbanas aparecidas no século XIX com a industrialização. Todavia, no Canadá o êxodo rural aconteceu mais tarde, a um momento em que a escolarização já estava bastante generalizada; com o resultado que a marca ‘POP.’ não pode recobrir as mesmas realidades linguísticas em dicionários franceses e quebequenses. Para o português aparecem dúvidas parecidas: não sabemos se o que está caracterizado como ‘POP.’ se aplica ao uso linguístico das camadas urbanas pouco instruídas, das camadas rurais também pouco instruídas ou aos meios rurais e urbanos.

A quantificação do emprego da marca ‘POP.’ mostrou que os dicionários divergem bastante no emprego da referida marca de uso. Diante dessa situação, a prática lexicográfica deve ser analisada de maneira contrastiva; ou seja, em oposição com outras marcas, e de maneira ilustrativa no interior de cada dicionário.

O emprego da marca ‘pop.’

Quando se observa o uso da marca ‘POP.’ num dicionário e quando se contrasta esse uso com a avaliação dos outros dicionários, aparece certo número de combinações mostrando que o mesmo fato linguístico não é interpretado da mesma maneira pelos lexicógrafos dos três dicionários. Isso impõe lembrar que a base para avaliar a variação linguística é obrigatoriamente a variação diatópica, porque uma unidade lexical, por exemplo, pode envelhecer de um lado do Atlântico, mas não do outro; um traço linguístico é talvez popular para uma comunidade, mas não para outra. No nosso caso temos um dicionário que descreve, ou tem como norma descritiva, o português supranacional (o Aurélio), outro que decreve o português de Portugal (o DLP) e o terceiro (o GDS) é centrado no uso do Brasil. Apesar dessas conceptualizações de base divergentes, os casos onde

a marca ‘POP.’ contrasta com outra marca em geral não se deixam explicar com essas escolhas lexicográficas. De fato, há divergências entre os dois dicionários brasileiros a propósito de usos brasileiros. Assim o Aurélio avalia como ‘chulo’ a acepção “aquele que se casa com mulher não virgem” do verbete *pedreiro*, enquanto o GDS, na mesma situação, opta por ‘POP.’; os dois concordam na atribuição da marca diatópica ‘BA’, Bahia. Em outros casos o DLP concorda com o Aurélio e diverge com o GDS: *pancada*, no sentido de “mania pouco lógica, veneta, telha”, é ‘POP.’ para ambos, enquanto o GDS vê, nesse caso, apenas um emprego figurado. A divergência se observa igualmente entre o Aurélio de um lado e, do outro, o DLP e o GDS. Um exemplo desse fato é *patola* no sentido de “mão”, que é popular para o DLP e o GDS, mas ‘Gíria’ para o Aurélio.

Diante dessas constatações, é interessante observar com quais outras marcas ‘POP’ pode entrar em contraste. Um primeiro levantamento mostra a existência de trinta e uma combinações opondo marcas de uso diferentes em dois ou três dicionários. Lembramos que a ausência de marca de uso é igualmente interpretada como um tipo de classificação, pois indica que, para os lexicógrafos de um dado dicionário, a acepção assim tratada corresponde ao nível estilisticamente não marcado. Uma vez que certas acepções estão presentes apenas em dois dicionários, e outros em três, a lista de trinta e uma combinações contém sequências de marcas de uso, com

i) *pop.* – *coloq.* – *fam.* ou

ii) *pop.* – *coloq.*

Para obter uma visão mais clara das oposições, casos como aqueles em i) foram interpretadas correspondendo a duas oposições; ou seja, i) implica uma oposição *pop.* vs. *coloq.* e outra *pop.* vs. *fam.* (a oposição *fam.* vs. *coloq.* não é pertinente para a análise estrita da marca POP.). Igualmente para obter um quadro mais legível, simplificamos combinações de marcas de uso quando uma das marcas não é pertinente a nível avaliativo. Assim as combinações *fig. pej.* ou *coloq. Bras.* foram reduzidas a *pej.*, porque *fig.* (figurativo) não implica um julgamento social, e a *coloq.*, porque as poucas marcas de uso diatópicas levantadas não permitem interpretar a sistematicidade do emprego da referida marca. Já com relação a

combinações como *pop. pej.*, elas foram mantidas, pois mostram que, segundo os lexicógrafos, um dado fenômeno pode ser ‘popular’ e ‘pejorativo’. Nesse contexto obtém-se as seguintes oposições, entre parênteses aparecem os números de ocorrências para cada oposição observada:

pop. – ø (109); *pop. – gír.* (12); *pop. – fam.* (11); *pop. – coloq.* (8); *pop. – fig.* (8); *pop. – chulo* (6); *pop.pej. – ø* (3); *pop. – joc.* (2); *pop. – ant.* (1); *pop. – coloq.pej.* (1); *pop. – Cul.* (1); *pop. – deprec.* (1); *pop. – pej.* (1); *pop. – pop.depr.* (1); *pop. – pop.fam* (1); *pop.joc. – gír.* (1); *pop.pej. – gír* (1).

A presença de certas marcas é questionável diante da temática abordada. Por exemplo, a marca *ant.* (antiquado) pode ser pertinente na sua oposição com *pop.*, pois o português não evoluiu da mesma maneira dos dois lados do Atlântico; mas essa oposição não se vê confirmada, pois, para o lexema “pantufa”, o contraste *pop. – ant.* não é construído entre um dicionário brasileiro e o DLP, mas entre as duas obras brasileiras.

A marca *cul.*, culinária, se opõe à marca *pop.* a propósito do lexema *panachê*, e a acepção em questão é “mistura de legumes diversos, picados e refogados”. A não ser que a linguagem de especialidade culinária seja forçosamente popular, não vemos razões no emprego da marca *pop.* no referido exemplo.

Os seis pares de oposição mais frequentes servem agora para um comentário específico, começando pela oposição *pop. – chulo*.

pop. – chulo. O fato talvez mais marcante da oposição *pop. – chulo* é o de que, nos casos em questão, o Aurélio está sistematicamente empregando a marca *chulo*, sendo acompanhado nessa escolha apenas uma vez pelo GDS (*padaria* no sentido de “nádegas”). Cabe então ver como o Aurélio entende a marca *chulo*: “grosseiro, baixo, rude” ou “usado pela ralé; ordinário”. Diante dessas definições imperfeitas para caracterizar marcas de uso, *chulo* pode efetivamente entrar em conflito com a marca *pop.* Empregar *pata* no sentido de “pé grande de pessoa, pé” ou *patamaz* para designar “aquele que é falso beato”, significa escolher signos linguísticos que se distanciam de um nível não marcado. Já o lado grosseiro, obsceno que vai frequentemente junto com a marca *chulo* está ausente, mas parece mais

presente nos outros exemplos onde uma associação com a sexualidade ou a fisiologia é facilmente estabelecida:

padaria no sentido de "nádegas",
pançada no sentido de "enchimento do estômago",
pedreiro no sentido de "homem que se casa com mulher não virgem" e
parruda no sentido de "mulher virgem".

Diante das ocorrências examinadas, não podemos estabelecer distinções claras entre *pop.* e *chulo*, mas podemos supor que um distanciamento do nível linguisticamente não marcado corresponde na perspectiva do Aurélio mais facilmente a um ato contrário aos bons costumes de linguagem que no olhar dos outros dois dicionários.

pop. – **fig.** Vejamos agora a oposição *pop.* – *fig.* (figurado, figuradamente), ela merece igualmente um comentário. De fato, caracteriza-se sob a apelação de figurado uma acepção que resulta de uma imagem. Ilustramos esse fato com o lexema *pegajoso* tal como aparece nos três dicionários:

pegajoso [...] *Adj.* **1.** Que pega ou adere com facilidade; viscoso [...] **2.** *Fig.* Maçante, cacete, pegadiço. [...]
 (Aurélio, versão eletrônica)

pegajoso [o] *adj.* **1** que se pega ou cola facilmente; viscoso **2** [fig. pej.] que impõe a sua companhia aos outros [...]
 (DLP, p. 1210)

pe.ga.jo.so (pe, ô) *adj.* **1.** Que adere ou gruda facilmente; grudento [...] **2.** *Pop.* Chato; importuno; cacete; maçante [...].
 (GDS, versão eletrônica)

As três obras concordam com o fato de que a segunda acepção corresponde a uma leitura figurada da primeira, mas divergem na atribuição das outras marcas de uso. O DLP emprega *pej.*, o GDS *pop.* e o Aurélio se abstém de uma marcação, além de *fig.* Os dois dicionários brasileiros estabelecem uma oposição *pop.* – \emptyset , que será tratado mais adiante. Já a oposição *pop.* – *pej.*, estabelecido pelo DLP e pelo GDS, levanta a pergunta, a saber, até que ponto os dicionários sistematizaram o emprego das marcas de uso. O GDS talvez suspendesse a marca *pej.* avaliando que a sequência de “*chato; importuno; cacete; maçante*” já evoca suficientemente o julgamento ligado à marca *pej.* Quanto à ausência da marca *pop.* no DLP, ela ilustra toda a problemática da referida marca. Se ela se refere a um grupo social

determinado, um dos dois dicionários está errado, ou a acepção em questão provém de tal camada ou não; se a referida marca é diafásica, notamos que o limite entre o nível marcado e o nível não marcado não é percebido da mesma maneira pelas duas obras.

Indo além, a oposição *pop.* – *fig.* é extremamente questionável. Se *pop.* é interpretado como marca diastrática e *fig.* como marca diafásica, é razoável afirmar que um lexema possa ser popular; afirmar que o referido lexema é o fruto de um emprego figurado é outro aspecto da questão; ou seja, um emprego figurativo pode resultar num uso popular, sem que haja necessidade.

pop.* – *coloq. A terceira oposição examinada concerne o par *pop.* – *coloq.* (coloquial). Seguem os lexemas com os significados pertinentes para a referida oposição:

pata no sentido de "pé grande de pessoa",
paixonite no sentido de "intensa paixão amorosa",
panaca no sentido de "indivíduo pouco inteligente",
pão no sentido de "pessoa bonita, atraente",
papo no sentido de "conversa",
papo-furado no sentido de "que ou pessoa que fala muito",
pécora no sentido de "mulher ordinária, leviana" e
pedaço no sentido de "pessoa/mulher bem-feita, bonita".

A consulta dos lexemas com os sentidos caracterizados com *pop.* ou *coloq.* mostra que o fio condutor que justifica o emprego das marcas em questão é o uso informal da língua. Assim, *conversa* ou *conversação* seriam dois equivalentes formais para o informal *papo*. Quanto à classificação do uso informal, nota-se que todas as marcas *pop.* foram levantadas nos dicionários brasileiros, Aurélio e GDS, enquanto o DLP português preferiu, nessas circunstâncias, a marca *coloq.*, marca de uso inexistente no Aurélio e no GDS. Além da conceptualização divergente dos níveis linguisticamente marcados, esse fato confirma ainda uma primeira impressão, segundo a qual a lexicografia brasileira, particularmente aquela praticada no GDS, em comparação com a lexicografia portuguesa, recorre mais facilmente à marca *pop.*

pop. – fam. A oposição *pop. – fam.* implica a mesma problemática observada precedentemente. Como classificar um uso informal? De fato, se o Aurélio e o GDS não empregam a marca *coloq.*, esta vez são os dicionários DLP e GDS que não conceptualizaram um nível *fam.* Sendo assim, todos os lexemas e acepções inventariados receberam a marca *fam.* do Aurélio e a marca *pop.* do GDS ou, em três ocasiões, do DLP (*paparoca*, *paparrotão* e *papar*). Segue a lista das ocorrências:

paixonite no sentido de "intensa paixão amorosa",
pamparra no sentido de "excelente, muito bom; saboroso",
papar no sentido de "comer, devorar",
paparoca no sentido de "alimentação, comida",
paparrotão no sentido de "impostor; parlapatão",
papel-mofado no sentido de "homem casado",
papel-queimado no sentido de "homem casado",
papudo no sentido de "indivíduo bravateiro, que conta muita vantagem",
passanito no sentido de "indivíduo qualquer, homem insignificante",
patada no sentido de "ato ingrato" e
pauzinho no sentido de "fofoca, intriga".

Nota-se que, como no caso da oposição *pop. – coloq.*, todas as unidades lexicais listadas seriam adequadas para um contexto de comunicação informal, mas seriam percebidas como inapropriadas em textos formais, de cunho administrativo ou jurídico, por exemplo. Ao mesmo tempo, deve-se notar que nenhuma ocorrência veicula um conteúdo semântico aferente que possa chocar um interlocutor por causa de uma grosseria qualquer, real ou suposta.

pop. – gír. A oposição *pop. – gír.* marca antes de tudo a lexicografia brasileira. De fato, das 12 ocorrências de *gír.*, nove são levantadas no Aurélio, três no GDS. A marca *pop.* se encontra três vezes no Aurélio, três vezes no DLP, cinco vezes no GDS e uma vez conjuntamente no DLP e no GDS (*patola*). No interstício aqui tratado não encontramos nenhum emprego da marca *gír.* no DLP. No entanto, a lista de abreviaturas do referido dicionário menciona "*gír. gíria*", "*acad. gíria acadêmica*" e "*cal. calão*" (DLP 2012:13). Esta última marca está ausente nos dicionários brasileiros, e tampouco está presente no interstício aqui examinado. Se definirmos *gíria* e *calão* como falares ou vocabulários próprios de um grupo

social determinado, como gíria escolar ou gíria militar, por exemplo, temos uma pista para interpretar a prática lexicográfica que motiva o emprego, ou não-emprego, das referidas marcas. Esta ou aquela unidade lexical ou acepção pode aparecer num dado meio social como gíria e se respaldar aos poucos em outros meios sociais; a partir desse momento se impõe ao lexicógrafo a questão de saber se a unidade em questão é ainda gíria ou se ela já é considerada como popular ou coloquial. Falta ainda constatar que *cal.* serve no DLP igualmente para marcar um "nível de língua de caráter expressivo, humorístico ou ofensivo, ousado em situações informais de comunicação" (DLP 2012:280); ou seja, além de estar em concorrência com *gir., cal.* ocupa igualmente o terreno de *vulg.* e *chulo*. Os dicionários aqui examinados não se pronunciam a esse propósito, mas nota-se que, em situação parecida, a lexicografia francesa frequentemente faz migrar antigas gírias (argots) para o registro *pop.* ou *fam.*

A oposição *pop.* – *gír.* se observa nas seguintes ocorrências:

paloma no sentido de "meretriz",
panaca no sentido de "indivíduo simplório, pouco inteligente",
paneleiro no sentido de "homossexual",
pão no sentido de "pessoa bonita, atraente",
papa-defunto no sentido de "agenciador de enterros",
papagaio de pirata no sentido de "indivíduo que busca aparecer em fotografias ao lado de personalidades conhecidas",
paranoia no sentido de "mania, obsessão",
paraíba no sentido de "lésbica, mulher macho",
passarão no sentido de "indivíduo espertalhão",
pastel no sentido de "indivíduo chato, maçante",
patola no sentido de "mão" e
pegação no sentido de "troca de carícias".

Para terminar com a oposição *pop.* – *gíria*, notamos ainda que as duas são excludentes; ou seja uma acepção é gíria, ou seja ela é popular. Se essa afirmação é certa, não podemos avaliar que um dado dicionário está certo ou errado, o problema seria agora saber se os três dicionários procedem de maneira coerente na atribuição das respectivas marcas. A esse propósito, é surpreendente que o Aurélio não recorreu à marca *chulo* no tratamento das

palavras *paloma*, *paneleiro*, *paraíba* e *pegação*, já que esse dicionário é bastante sóbrio quanto à avaliação de registros.

pop. – **ø.** A última oposição aqui avaliada é aquela que opõe a marca *pop.* ao nível linguístico não marcado, lembramos que é a oposição de maior frequência no interstício tratado; ou seja, foram levantadas 109 ocorrências. Apresentamos aqui dez ocorrências cujas acepções estão presentes nos três dicionários. Como o GDS é o dicionário que mais facilmente recorre à marca *pop.* não surpreende que na lista abaixo apenas duas unidades (*palito* e *pancrácio*) não são marcadas nesse dicionário:

pachola no sentido de "pessoa vaidosa",
palito no sentido de "fósforo",
pancrácio no sentido de "tolo, simplório",
pano no sentido de "manchas na pele, no rosto",
pânria no sentido de "indolência, ociosidade",
pantomina no sentido de "pantomima (var. ortográfica)",
papa-hóstias no sentido de "pessoa muito beata",
parnã no sentido de "ímpar",
patuscada no sentido de "reunião festiva, farra brincadeira" e
pechincha no sentido de "grande vantagem",

Pantomina é, de certo modo, um intruso na lista acima. Trata-se do único caso em que *pop.* não se refere ao significado, mas ao código gráfico. Os três dicionários apresentam, com técnicas diferentes, *pantomina* como variante gráfica, o Aurélio e o GDS acrescentam ainda que se trata bem de uma variante popular. Os outros casos listados são representativos para a problemática aqui em questão, que é a distinção de registros. Nas oposições precedentemente examinadas notamos que frequentemente os dicionários não avaliam da mesma maneira um distanciamento do nível estilisticamente não marcado. Os exemplos da presente oposição ilustram que a oposição "marcado vs. não marcado" é ainda mais delicada e mais frequente. Em outras palavras, ao consultar a prática de marcar/não marcar uma acepção como sendo popular não se consegue construir um conceito de nível linguístico popular, nem observando a prática contrastiva dos dicionários, nem observando a prática individual de cada dicionário.

Comentário

Limitar o comentário às oposições diastráticas constatadas permite ignorar a marca *fig.*, pois ela se refere a aspectos estilísticos. Nessas condições a marca *pop.* entra em conflito com as marcas *gír.*, *fam.*, *coloq.* e *chulo*, sendo que as outras oposições não foram levantadas em números significativos nas obras tratadas. O que está em questão, portanto, é essencialmente a variação diastrática tratada pelos dicionários já mencionados. Deve-se ainda pensar na marca *vulgar*, presente no Aurélio e no DLP, para apreender completamente a dimensão social dos lexemas ou acepções, mesmo se ela não foi levantada no interstício inicialmente fixado. Tratar a marca *vulg.* se justifica ainda porque essa marca é uma das várias marcas de que se possa encontrar uma definição relativamente clara nas obras do nosso interesse. Segundo o DLP, *vulgar* indica "palavras obscenas, grosseiras ou ofensivas" (DLP 2013:13); já *chulo*, segundo o GDS, é o "que não se deve dizer ou escrever por ser indecente, indecoroso ou grosseiro; que só é usado pela ralé" (GDS 2010:426). Nesse sentido, em certos contextos *vulgar* e *chulo* podem ser confundidos.

Quanto às marcas que indicam uma origem social, e não um nível social, a marca *gír.* merece ainda um comentário para esclarecer como se entende aqui o conceito de 'meio social'. De fato um meio social sempre pode se prestar a uma interpretação em termos de hierarquia social; todavia, o léxico gerado em muitos meios sociais primeiramente é percebido como resultado de saberes e atividades específicos. A variação observada nesses meios é o objeto da terminologia e quando os lexemas desse campo são admitidos na comunicação formal, o lexicógrafo pode tratá-los com marcas de uso específicos como *antr.* ("antropologia" no GDS), FILOSOFIA (no DLP) ou *Med.Neur.* ("Medicina Neurologia" no Aurélio), por exemplo. Esses meios, evidentemente, podem igualmente gerar termos que são reservados a um uso informal. Por exemplo, na automecânica brasileira e em um contexto nitidamente informal, *biscoito* serve para designar a *junta do cano de descarga*, ou *junta de amianto*, que são os correspondentes formais. Nesse contexto, o lexicógrafo pode se perguntar como marcar o

presente lexema informal no interior da automecânica (se for retido para ingressar a nomenclatura de um dicionário não especializado). Nesta perspectiva está no primeiro plano o fato de que o lexema, *biscoito* na nossa ilustração, se distancia do nível linguístico não marcado; fato que *biscoito* possa veicular saberes específicos de uma dada área passa ao segundo plano. É essa segunda maneira de se distanciar num meio social específico que é pertinente no presente contexto.

A nosso ver, não se pode afirmar que uma unidade lexical seja forçosamente popular ou chula pelo simples fato de que provem de um meio social específico, da gíria escolar, por exemplo. Na lexicografia, o meio social, tal como tratado presentemente, deve aparecer com marcas específicas, *gír.*, *gír. escolar* ou *gír. militar* por exemplo, mas a avaliação diafásica se faz depois. Em outras palavras, uma acepção categorizada gíria não é forçosamente vulgar. Nesse sentido, a oposição *pop.* – *gír.* levantada indica bem mais a problemática de saber se tal ou tal acepção já está suficientemente conhecida na comunidade linguística para que ela não seja mais considerada gíria. Os exemplos levantados mostram que *pop.*, nesses casos, é uma opção para indicar o distanciamento da norma. No entanto, em contraste com outras ocorrências, nota-se que as acepções que se referem a aspectos da sexualidade desta vez não são marcadas como sendo vulgar ou chulo.

Se assumirmos que *chulo*, *vulgar* e, às vezes, *cal.* no DLP correspondem mais ou menos ao mesmo tipo de distanciamento em relação à norma dicionarística, aquela que pode chocar qualquer interlocutor independente da sua origem social, temos a obrigação de considerar que *pop.* não deveria entrar em conflito com essas marcas. Queremos lembramos que, apesar da difícil definição de popular, é legítimo considerar que a camada social designada no contexto lexicográfico com essas palavras corresponde ao conjunto da população com menor contato com o ensino formal que transmite a norma culta. Sendo assim, associações como *pop.* – *chulo* (ou *vulg.* ou *cal.*) implicam julgamentos de valores delicados, em geral desfavoráveis aos falares populares; ou seja, quem não se exprime segundo a norma, será assimilado com certa facilidade a um ser vulgar.

O conjunto das constatações feitas permite notar que o emprego da marca POP. é bastante incoerente no interior de cada dicionário tratado e igualmente incoerente em comparação entre eles. Cabe agora adiantar hipóteses que expliquem essas incoerências. Como foi dito acima, o trabalho lexicográfico pressupõe a existência de um nível descritivo neutro, estilisticamente não marcado. Num dicionário de gíria, esse nível é o meio social que pratica a gíria em questão. Já os dicionários no presente trabalho analisados se encaixam na categoria dos dicionários de língua geral. Nesse caso, comumente o nível linguístico não marcado corresponde ao uso transmitido pelas universidades e escolas, ao uso observado em documentos formais, administrativos, etc. Aproximativamente podemos falar da norma culta e, nos exemplos tratados, a diferença entre norma culta brasileira e norma culta portuguesa não se averiguou pertinente; embora sob certos aspectos variacionistas a diferença possa ter sua importância. No nosso caso, as incoerências se explicam sem dúvida pela ausência de critérios claros para avaliar um distanciamento do nível dicionarístico não marcado; ou seja, é a variação linguística que permite mediar um distanciamento da norma e essa variação não foi adequadamente conceptualizada.

Perguntar-se de que maneira é possível distanciar-se do nível estilisticamente não marcado permitiria certamente diminuir a problemática ligada à interpretação das várias marcas, como 'popular', 'calão', ou 'chulo'. Inspirado na metodologia observada em dicionários como o Houaiss ou, em obras francesas, as da casa Robert, é possível conceptualizar um uso formal e um uso informal. Empregos considerados informais deixam-se dividir em duas categorias: aqueles empregos que pouco chocam um interlocutor, independente da sua origem social, e aqueles usos que possam chocar o usuário. Correspondem a essa última categoria usos que se referem à sexualidade, a necessidades fisiológicas e que pela sua natureza possam contrariar a decência. Acreditamos que uma marca de uso única seja suficiente para caracterizar os lexemas ou acepções dessa categoria, evitando assim confronto entre marcas como *vulgar*, *calão* ou *chulo*. Caracterizar tais empregos, à maneira do Houaiss, como *tabuismo* é uma

boa solução, pois impede que o uso assim caracterizado seja indevidamente atribuído a um meio social particular.

Quanto aos outros empregos não formais e nos baseado no que foi observado nos dicionários, admite-se que a definição de um registro 'coloquial' ou 'familiar' possa clarificar o emprego das marcas de uso, se esse registro for caracterizado como "sendo evitado, na oralidade como na escrita, em usos formais, mas empregados em contextos de comunicação informal na escrita ou na oralidade" (definição inspirada da definição de *fam.* nos dicionários Robert). Evidentemente, os usos que possam chocar um interlocutor não entram na presente categoria, mas um bom número dos lexemas e acepções levantados nos três dicionários perderia sua marca *popular* a favor da presente marca (*fam.* ou *coloq.*, por exemplo).

É mais delicado o tratamento lexicográfico de palavras que fogem do uso formal e que sejam ligadas a meios sociais específicos. Pode-se admitir a existência de gírias ligadas a muitos meios sociais, mas o aluno sabe em geral que a gíria escolar não faz parte do português requerido para elaborar uma boa redação, o policial tem sua gíria, mas não se serve dela num relatório oficial. A gíria, tanto quanto não se divulga fora do meio de origem, não é um problema; conhecida fora do meio de origem, aparecem as dificuldades. Nesse último caso, importa saber se a "exgíria" agora faz parte do registro informal chamado "coloquial/familiar" ou se entraria na categoria dos tabuísmo. Igualmente é possível questionar a existência de uma outra categoria, na qual entrariam palavras cujo emprego denota da parte do locutor pouca familiaridade com o registro formal. Os exemplos levantados permitem pensar que, frequentemente mas nem sempre, a marca POP. (mas às vezes também *calão* ou *plebeísmo*, não atestado na nossa seleção) serve para marcar o registro agora em questão. Empregar POP. nesse sentido é uma possibilidade, mas, nos dicionários examinados, esse emprego não prevalece; portanto, uma (re)definição dessa marca seria necessário.

Considerações finais

As considerações feitas em volta do emprego da marca POP., popular, mostram que se trata de uma marca de uso mal definida e mal empregada. De fato, no tocante à definição, nota-se que nas obras examinadas não é evidente interpretar que sentido foi atribuído à marca em questão: é 'popular' o que é amado do povo, ou é 'popular' o que se opõe ao uso linguístico do segmento mais instruído da sociedade? Em relação ao emprego observado, a marca POP. entra em conflito com outras marcas, como *vulgar*, *chulo* ou *familiar*, por exemplo.

Corrigir essa situação incoerente é possível, mas exige uma conceptualização clara dos níveis linguísticos informais. A esse propósito, o consulente de um dicionário deveria ter igualmente a possibilidade de verificar que uso linguístico recobre tal ou tal marca de uso. Ao nosso ver, três ou quatro marcas de uso informal devem ser suficientes para caracterizar corretamente os diversos usos informais, pois essas marcas podem combinar-se com marcas avaliativas, como *pejorativo*, *jocoso* ou *irônico*, por exemplo. Nesse contexto, observar-se-ia certamente um emprego mais coerente da marca POP. (se empregada) e das marcas caracterizando o uso informal de maneira geral.

Permanece, no entanto, outra problemática. Mesmo num sistema de marcas de uso coerente, continua delicado saber a partir de que momento uma palavra ou uma acepção não faz mais parte do nível estilisticamente não marcado, e todos os lexicógrafos não vão ter a mesma sensibilidade para decidir que esta ou aquela palavra possa ser percebida como decente ou indecente. A sistematização dos parâmetros facilita um trabalho coerente, mas não resolve todos os problemas.

Bibliografia

Abad Nebot, Francisco (2001): *Cuestiones de lexicología y lexicografía*, Madrid, Uned Ediciones.

- Anônimo (2012): *Dicionário da língua portuguesa 2013*, Porto: Porto Editora.
- Bourdieu, Pierre (1982): *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*, Paris, Fayard.
- Engelberg, Stefan / Lemnitzer, Lothar (2009): *Lexicographie und Wörterbuchbenutzung*, Tübingen, Stauffenburg.
- Ferreira, Aurélio Buarque de Holanda (2004): *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*, Curitiba: Editora Positiva.
- Gaudin, François (dir.) (2013): *La lexicographie militante. Dictionnaires du XVIII^e au XX^e siècle*, Paris, Honoré Champion.
- Houaiss, Antônio (2001): *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*, Rio de Janeiro: Editora Objetiva.
- Krieger, Maria da Graça (2009): "Lexicographie brésilienne: origines et liens avec l'identité du portugais du Brésil", in *Cahiers de lexicologie* 95, S. 131-143.
- Nunes, José Horta (2006): *Dicionários no Brasil: Análise e História do Século XVI ao XIX*, Campinas, Editora Pontes.
- Pruvost, Jean (2009): "La marque 'neol' dans le dictionnaire", in *Neologica* 3, S. 153-66.
- Rey, Alain (2008): *De l'artisanat des dictionnaires à une science du mot. Images et modèles*, Paris, Armand Colin.
- Rey, Alain (Dir.) (2014): *Le Petit Robert*, Paris: editora leRobert.
- Sacconi, Luiz Antonio (2010): *Grande dicionário Sacconi da língua portuguesa*, São Paulo, editora Nova Geração.
- Strehler, René G. (2013): "O Dictionnaire Suisse Romande e a lexicografia diferencial", in *Cadernos de Tradução* 32, S. 57-80.
- Welker, Herbert Andreas (2004): *Dicionários. Uma pequena introdução à lexicografia*, Brasília, Thesaurus Editora.