

## EXPRESSÕES IDIOMÁTICAS NEOLÓGICAS EM TEXTOS PUBLICITÁRIOS E O DESENVOLVIMENTO DA COMPETÊNCIA LEXICAL

*Juliana Zenha Leite (UFMG)*

[julianazenha@gmail.com](mailto:julianazenha@gmail.com)

*Aderlande Pereira Ferraz (UFMG)*

As expressões idiomáticas representam, em qualquer língua, um dos mais sérios desafios da descrição lexical. Pode-se dizer que tais expressões preenchem uma função comunicativa, uma vez que se ambientalizam em situações específicas de uso (FERRAZ; SOUZA, 2004). As expressões idiomáticas são estruturas fraseológicas complexas com caráter fortemente conotativo, que possuem algumas características básicas que nos permitem não só identificá-las, mas, sobretudo, estudá-las na sala de aula de língua portuguesa. Enfatizando a importância de sua inclusão nos dicionários de língua, Neves (1999), por meio de vários testes, discute a unicidade lexical das expressões idiomáticas com o objetivo de distingui-las de outras lexias complexas, como por exemplo, as construções com verbo suporte. Este trabalho tem por objetivo a observação e análise da produtividade lexical, no que concerne especialmente à formação de expressões idiomáticas neológicas. Trata-se da análise de expressões idiomáticas coletadas no gênero publicitário de mídia eletrônica. O trabalho que se propõe é resultado da pesquisa em andamento na UFMG em que se estuda a neologia aplicada ao desenvolvimento da competência lexical. A metodologia de trabalho para a coleta de expressões idiomáticas neológicas seguiu o critério de exclusão lexicográfica, o qual considerou os dicionários escolares de tipo 4, voltados para o Ensino Médio, de acordo com o PNLD-Dicionários (2012). Por fim, a descrição das expressões idiomáticas neológicas, na abordagem que se pretende aqui, contemplará os aspectos morfossintáticos e semânticos, isto é, sua estrutura de formação e seu valor conotativo, respectivamente.

Palavras-chave:

Léxico. Neologia. Expressão idiomática.