

# Revisitação a Gouet (1976): a concordância em DPs contendo nomes de marcas comerciais

Revisiting Gouet (1976): nominal agreement in DPs containing brand names

Bruna Karla Pereira\*

## Resumo

O presente trabalho resgata, a partir de Gouet (1976), reflexões que percorreram as seis últimas décadas, em caráter de vanguarda, e que perduram, com relevância atual, por reconhecerem a necessidade de se considerarem elementos nulos para identificação de padrões formais e sintáticos de concordância. Especificamente, Gouet (1976) aborda dados do francês (*Un Bourgogne blanc, s'il vous plait!*) em que o artigo se flexiona em gênero diverso do nome que o segue. Para o autor, o gênero do artigo no masculino se deve ao gênero, também no masculino, do nome do produto (*vin*), não expresso, em detrimento do gênero feminino do nome próprio da marca (Bourgogne), expresso. O referido padrão de concordância com nome nulo se mostra consistente com dados do português do Brasil (PB) correspondentes aos do francês, contendo nomes de marcas comerciais (*Um Bourgogne branco, por favor!*), que serão explorados neste trabalho. O referido padrão também se coaduna com aquele revelado por pesquisas recentes (Pereira, 2017, 2018, 2020, 2023a-b, 2024a-c) sobre concordância com *silent nouns* (Kayne, 2005, 2019, 2021), em uma série de outras estruturas do PB. O diálogo com essas pesquisas permite a elaboração de uma proposta de análise sintática dos dados então apresentados. Dessa forma, as reflexões de Gouet (1976) são, a partir deste trabalho, resgatadas, revisitadas e assim presentificadas, devido à sua contribuição para os estudos de concordância nominal, especialmente no que se refere ao papel dos nomes nulos.

**Palavras-chave:** concordância nominal; traços de gênero e número; nomes próprios de marcas comerciais; *silent nouns*; estrutura do DP.

## Abstract

This paper retrieves a work by Gouet (1976) that has traversed the last six decades and has endured, with current relevance, by recognizing, in a pioneering manner,

---

\*Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, UFVJM. Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), com estágio de doutorado pela University of Cambridge e pós-doutorado pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT). *E-mail:* brunaufmg@yahoo.com.br. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4958-8621>. Agradeço a: Richard Kayne a valiosa indicação de leitura de Gouet (1976) e Morin (1977), em comunicação via *e-mail*, em dezembro de 2024; PRPPG/UFVJM o apoio a projeto de pesquisa prévio em tópico correlacionado; e meu companheiro de vida a generosidade de prover condições propícias para que eu pudesse me concentrar, em caráter intensivo, na redação deste artigo.

the need to consider null elements for identifying formal and syntactic concord patterns. Specifically, Gouet (1976) addresses data from French (*Un Bourgogne blanc, s'il vous plaît!*), where the article (*un*) is inflected in a gender different from the gender of the noun (*Bourgogne*) that follows it. According to the author, the article's masculine gender reflects the masculine gender of the product name (*vin*), which is covert in the phrase, as opposed to the feminine gender of the brand name (*Bourgogne*), which is overt. The mentioned agreement pattern with a null noun proves to be consistent with data from Brazilian Portuguese (BP) (*Um Bourgogne branco, por favor!*), corresponding to those of French that contain commercial brand names, which will be explored in this paper. The mentioned pattern also aligns with the one revealed by recent research (Pereira, 2017, 2018, 2020, 2023a-b, 2024a-c) on a series of other BP structures that show agreement with silent nouns (Kayne, 2005, 2019, 2021). The dialogue with this research allows for proposing a syntactic analysis of the data, thus presented. Therefore, this paper revisits Gouet (1976) due to its contribution to the studies on nominal concord, especially concerning the role of covert nouns.

**Keywords:** nominal agreement; gender and number features; commercial brand names; silent nouns; DP-structure.

## 1 Introdução

Neste trabalho, apresenta-se uma leitura de Gouet (1976), com uma amostra de dados do português do Brasil (doravante PB), que ilustram suas observações ora descritas para o francês, bem como se estabelece um diálogo de suas observações com pesquisas recentes sobre *silent nouns* (Kayne, 2005, 2019, 2021) e concordância nominal no PB (Pereira, 2017, 2018, 2020, 2023a-b, 2024a-c).

Especificamente, Gouet (1976) aborda dados do francês (1a) em que o artigo se flexiona em gênero diverso do nome que o segue. Para o autor, o gênero do artigo no masculino se deve ao gênero, também no masculino, do nome do produto (*vin*), não expresso, em detrimento do gênero feminino do nome próprio da marca (*Bourgogne*), expresso. O referido padrão de concordância se mostra consistente com dados do português do Brasil (PB) correspondentes aos do francês, como (1b)<sup>1</sup>, contendo nomes de marcas comerciais.

(1) a. Un Bourgogne blanc, s'il vous plaît!

(Gouet, 1976, p. 695)

b. Um Bourgogne branco, por favor!

Justifica-se uma retomada do trabalho de Gouet (1976), por se tratar de texto que, publicado há cerca de 50 anos, veicula uma reflexão atual sobre a consideração de nomes nulos na depreensão de padrões de concordância nominal. Por isso, merece ser evidenciado, em uma publicação recente que rememore seu cinquentenário. Justifica-se esta recuperação ainda pelo fato de o trabalho revelar dados do francês com um padrão de concordância correspondente a dados do PB que, embora frequentes e produtivos, ainda não foram tratados na literatura. Sobretudo, justifica-se uma revisitação a Gouet

<sup>1</sup>“Um Bourgogne branco para todos os momentos!”. Disponível em: <<https://www.instagram.com/animavinumbrasil/p/C0hqa58pEgC/>>. Acesso em: 20 fev. 2025.

(1976) pelo fato de suas reflexões apresentarem pontos de interseção com estudos recentes de estruturas contendo aparente disparidade na concordância nominal. Tais estudos demonstram, ao contrário de disparidade, a existência de um padrão coeso de concordância com *silent nouns*. Portanto, ao revisitar Gouet (1976), o presente trabalho serve como contributo para os estudos de concordância nominal, de um ponto de vista translinguístico, bem como para a descrição da gramática do PB.

Diante disso, este artigo se organiza em três seções nucleares: a primeira se concentra nos dados do francês, demonstrados por Gouet (1976); a segunda evidencia uma amostra de dados do PB com padrão semelhante àquele apresentado no francês; e a terceira, com o fim de elaborar uma proposta de análise, estabelece um paralelo entre as reflexões de Gouet (1976) e pesquisas recentes que tratam de *silent nouns* na checagem de traços- $\phi$ .

## 2 Gouet (1976): concordância<sup>2</sup> em dados do francês contendo nomes de marcas comerciais

Gouet (1976) aborda dados do francês que ilustram uma relação entre traços formais de gênero e nomes nulos, no caso de ocorrências que envolvem nomes próprios de marcas de vinho e cerveja. Em tais ocorrências, utiliza-se o nome da marca comercial precedido por artigo. Por sua vez, a flexão do artigo é determinada pelo gênero do nome do produto referido (*cerveja* ou *vinho*), que não é realizado foneticamente.

Assim, segundo o autor, ao pedir uma cerveja ao garçom, em um bar, utiliza-se, por exemplo, (2a). Em (2a), observa-se o nome da marca *Heineken*, precedido por artigo flexionado no feminino. Isso ocorre, segundo o autor, porque *bière* ('cerveja'), palavra elíptica, é feminina e determinaria, portanto, a realização do artigo, no feminino. Por isso, (2b), com artigo no masculino, é agramatical. Nesse caso, "o gênero do sintagma é sempre feminino"<sup>3</sup> (Gouet, 1976, p. 694, tradução minha).

- (2) a. Une Kronengbourg/33/Münich/Heineken/Stella, s'il vous plait!  
'Uma Kronengbourg/33/Münich/Heineken/Stella, por favor!'

(Gouet, 1976, p. 694)

- b. \*Un Heineken, s'il vous plait!

(Gouet, 1976, p. 694)

Dessa forma, para o autor, (3a) seria construída a partir de uma regra de apagamento (*deletion rule*), que suprimiria, dentre outras formas, a palavra *bière*, expressa em (3b).

<sup>2</sup>Vale observar que, em momento algum do texto, o autor menciona o termo *agreement* ou *concord*. Por estar interessado em regras de transformação por apagamento, faz uso de dados com marcação de gênero com o fim exclusivo de evidenciar tais regras. Com efeito, o autor reconhece abertamente a necessidade de se explicarem as restrições de gênero apresentadas: "to account for such superficial constraints as gender (case also deserves study)" (Gouet, 1976, p. 696), necessidade esta que move a presente revisitação ao referido trabalho.

<sup>3</sup>"The gender of the phrase is always feminine" (Gouet, 1976, p. 694).

- (3) a. Une Heineken.  
'Uma Heineken.'

(Gouet, 1976, p. 694)

- b. Une bière de (nom, marque) Heineken.  
'Uma cerveja de nome/marca Heineken.'

(Gouet, 1976, p. 694)

Ainda, segundo o autor, ao pedir um vinho ao garçom, em um bar, utiliza-se, por exemplo, (4a)<sup>4</sup>. (4a) seria construída a partir de regras de transformação<sup>5</sup> responsáveis por suprimir, dentre outras formas, a palavra *vin*, expressa em (4b). Logo, o uso do artigo no masculino refletiria o gênero de *vin* ('vinho'), nome suprimido.

- (4) a. Un bourgogne blanc, s'il vous plait.  
'Um Bourgogne branco, por favor.'

(Gouet, 1976, p. 695)

- b. Un vin blanc provenant de Bourgogne.  
'Um vinho branco proveniente de Borgonha.'

(Gouet, 1976, p. 695)

Ademais, o autor destaca que "o gênero precisa ser masculino, mesmo que o nome designativo da origem do vinho seja intrinsecamente feminino. Este é o caso de Bourgogne, nome de uma província que ocorre como tal apenas no feminino"<sup>6</sup> (Gouet, 1976, p. 694, tradução minha). O autor destaca ainda que, em (4a), não apenas o artigo se flexiona no masculino como também o adjetivo *blanc*<sup>7</sup>, em decorrência de o nome nulo *vin* ser palavra masculina<sup>8</sup>.

<sup>4</sup>"Un bourgogne/bordeaux/blanc/rouge, s'il vous plait!" (Gouet, 1976, p. 694).

<sup>5</sup>"this deletion will be (11), followed by permutation (12): (11) Un vin blanc provenant de Bourgogne → Un blanc de Bourgogne → (12) Un bourgogne blanc" (Gouet, 1976, p. 695).

<sup>6</sup>"Notice that the gender has to be masculine, even if the noun designating the origin of the wine is intrinsically feminine. This is the case for Bourgogne, a province name that occurs as such only in the feminine" (Gouet, 1976, p. 694).

<sup>7</sup>"This phrase is in the masculine, as can be seen from the form of both the article and the adjective" (Gouet, 1976, p. 695).

<sup>8</sup>Gouet (1976) explica ainda que, em situações específicas, quando o artigo é flexionado no feminino (ia), o nome elíptico indicaria o recipiente da bebida, como "uma garrafa de vinho branco da Bourgogne", conforme dados em (i). Nota o autor que, em (ia,b), somente o artigo *une* é flexionado no feminino, devido ao gênero de *bouteille* ('garrafa'), nome feminino, que aparece explícito em (ic). Assim, o adjetivo *blanc* é mantido no masculino, devido ao gênero masculino de *vin*. Com efeito, aponta o autor que (id), com o adjetivo no feminino, é agramatical.

- (i) a. Une bourgogne blanc pour la 2!  
b. Une bourgone blanc  
c. Une bouteille de vin blanc provenant de Bourgogne.  
d. \*Une bourgogne blanche pour la 2!

(Gouet, 1976, p. 695)

Contrastivamente, não se observa no PB, pelo menos não nesses casos, a possibilidade apresentada no francês de utilização de um nome nulo de recipiente que justifique outra flexão em gênero. Como apresentado em (7a, b), na seção seguinte, o gênero do artigo reflete o gênero do nome do produto. Portanto,

Conclui o autor que o fenômeno é bastante produtivo e que somente um tratamento que leve em conta a supressão nominal seria capaz de descrevê-lo:

The phenomena appear to be very productive. They affect a large range of proper names that tend to substitute for the names of items such as soap, clothes, furniture, and tools or machines of all kinds [...] Interpretation rules could perhaps account for the meaning of some of our examples, but they are not supposed to account for such superficial constraints as gender (case also deserves study).

It is thus hard to see how any treatment other than deletion by a transformation would succeed in describing such data in a natural fashion. (Gouet, 1976, p. 696)<sup>9</sup>

Mais exemplos do fenômeno no francês aparecem em Morin (1977) e são ilustrados com nomes de marcas de automóveis. Assim, (5a)<sup>10</sup> se refere a marcas de carro (*voiture*, nome feminino), e (5b), a marcas de caminhão (*camion*, nome masculino).

- (5) a. une Peugeot, une Renault, une Buick  
'uma Peugeot'

(Morin, 1977, p. 749)

- b. un Renault, un Berliet, un GMC.  
'um Renault'

(Morin, 1977, p. 749)

Embora Morin (1977) desenvolva uma linha de argumentação em contestação à proposta de Gouet (1976), o que se pode observar, do ponto de vista da flexão do determinante, é justamente o que proporia Gouet (1976): em (5a), a realização do artigo *une*, no feminino, seria devida ao nome suprimido *voiture* ('carro'), palavra feminina. Igualmente, em (5b), a realização do artigo *un*, no masculino, seria devida ao nome suprimido *camion* ('caminhão'), palavra masculina.

Além disso, o fenômeno também pode ser ilustrado com dados de Morin (1977), contendo marcas de bebidas. Como se observa em (6), o artigo precedente ao nome da

"\*uma Canção", referindo-se a "uma taça de vinho Canção", não funcionaria. Também não funcionaria "\*um João Mendes", referindo-se a "um copo de cachaça João Mendes". Em ambos os casos, seriam necessárias a expressão da preposição 'de' e a presença de antecedente recuperável, para que ocorra elipse de *taça* ou de *copo*: "uma (taça) do (vinho) Canção" ou "um (copo) da (cachaça) João Mendes".

<sup>9</sup>"O fenômeno parece ser muito produtivo. Ele afeta uma extensa variedade de nomes próprios que tendem a substituir nomes dos itens, tais como sabão, roupas, móveis, e utensílios ou máquinas de todos os tipos [...]. Regras de interpretação poderiam talvez explicar o significado de alguns de nossos exemplos, mas não é esperado que consigam explicar tais restrições superficiais como gênero (caso também que merece estudo). É, portanto, difícil ver como qualquer tratamento diferente de supressão por transformação poderia ser bem sucedido na descrição desses dados de forma natural." (Gouet, 1976, p. 696, tradução minha)

<sup>10</sup>A tradução para este caso seria "um Peugeot", pois o exemplo de Morin (1977) trata de carro (*voiture*), que é uma palavra masculina no português. Contudo, como será discutido na seção seguinte, é possível, no português, o uso do feminino em artigos prévios a nomes de marcas de automóveis, na referência a caminhonete, por exemplo. Então, como existe essa possibilidade, mantem-se a tradução literal, no feminino, para ser fiel ao exemplo do francês, também no feminino.

marca se flexiona no feminino , em possível concordância com os respectivos nomes elípticos, no feminino<sup>11</sup>: *liqueur* (6a), *eau-de-vie* (6b) e *eau minérale* (6c). Para esse entendimento, ler-se-iam: (6b) como “uma (aguardente de marca) Vodka” e (6c) como “uma (água mineral de marca) Vitelloise”.

- (6) a. une Chartreuse, une Bénédictine  
'uma Chartreuse'

(Morin, 1977, p. 750)

- b. une Vodka, une Banantyne  
'uma Vodka'

(Morin, 1977, p. 750)

- c. une Vitelloise, une Orangina  
'uma Vitelloise'

(Morin, 1977, p. 750)

Em suma, Gouet (1976) observa a marcação de gênero, em dados do francês contendo nomes de marcas comerciais de produtos como cerveja e vinho. Nesses dados, a flexão em gênero do determinante e de modificadores não é acionada pelo nome expresso da marca, mas pelo nome elíptico do produto referido. Dessa forma, conclui-se que, para depreensão do padrão de concordância apresentado, é necessário que se considerem os traços formais de gênero do nome elidido.

<sup>11</sup>Morin (1977, p. 750) apresenta os dados seguintes (i) como supostos contraexemplos para a análise de Gouet (1976), pois, nesses casos, haveria ocorrência de artigo no masculino em desacordo com o gênero feminino dos nomes das respectivas bebidas: *liqueur* (ia), *eau-de-vie* (ib) e *eau minérale* (ic). No entanto, à luz do tratamento proposto por Gouet (1976), admite-se que esses dados poderiam ser interpretados com um nome elíptico indicando recipiente, como *verre* ('copo'), que é masculino. Assim, (ib), por exemplo, poderia ser lido como “un (*verre de*) Orangina”. Portanto, não seria um contraexemplo, pelo fato de uma possível variação já ter sido prevista por Gouet (1976), em certos casos.

- (i) a. un Grand-Marnier  
b. un Orangina, un Black-and-White  
c. un Vitel

(Morin, 1977, p. 750)

### 3 Concordância em dados do PB contendo nomes de marcas comerciais

O fenômeno<sup>12</sup>, exemplificado no francês, também é registrado no PB, em dados contendo marcas de diversos produtos, como se observa em (7)<sup>13</sup>.

- (7) a. um Canção  
a'. um (vinho da marca) Canção
- b. uma Heineken  
b'. uma (cerveja da marca) Heineken
- c. uma João Mendes  
c'. uma (cachaça da marca) João Mendes
- d. um Fiat  
d'. um (carro da marca) Fiat
- e. uma Honda  
e'. uma (moto da marca) Honda
- f. uma Hilux  
f'. uma (caminhonete da marca) Hilux
- g. uma Brastemp  
g'. uma (lavadora da marca) Brastemp
- h. uma Oral B  
h'. uma (escova de dentes da marca) Oral B

Dessa forma, no PB, em (7a), o artigo se flexiona no masculino, em concordância com o nome elidido *vinho*, mesmo que o nome expresso da marca *Canção* seja feminino. Em (7b), o artigo se flexiona no feminino<sup>14</sup>, em concordância com o nome elidido *cerveja*.

<sup>12</sup>O fenômeno também pode ser observado no italiano, em dados com nomes de vinhos (i - iii). Nesses dados, os nomes das marcas aparecem precedidos por artigo *il* no masculino, possivelmente em concordância com *vino* ('vinho'), nome masculino elidido, mesmo que os nomes das marcas sejam femininos, como *Selva*, *Barbera* e *Toscana*. Em (iii), observa-se que também o adjetivo *bianco* se flexiona no masculino, em concordância com *vino*.

- (i) “**Il Selva** della Tesa è fermentato in barrique.”  
Disponível em: <[https://www.cadelbosco.com/wp-content/uploads/importmedia/2024-02-16\\_Wine-News.pdf](https://www.cadelbosco.com/wp-content/uploads/importmedia/2024-02-16_Wine-News.pdf)>. Acesso em: 16 fev. 2025.
- (ii) “**Il Barbera** d’Asti L’Avvocata di Luigi Coppo è un’espressione emblematica della Barbera.”  
Disponível em: <<https://www.vino.com/dettaglio/barbera-dasti-docg-lavvocata-coppo-2023.html>>. Acesso em: 16 fev. 2025.
- (iii) “**Il Bianco Toscana** Monna 1475 di Capezzana è un vino bianco fresco e aromatico.”  
Disponível em: <<https://www.vino.com/dettaglio/toscana-igt-bianco-monna-1475-tenuta-di-capezzana-2023.html>>. Acesso em: 16 fev. 2025.

<sup>13</sup>(7a): marca local de Flores da Cunha (Rio Grande do Sul). (7c): marca local de Perdões (Minas Gerais).

<sup>14</sup>Destaca-se também a possibilidade de a sequência apresentar um nome masculino (*Puro Malte*), mantendo-se a flexão do artigo no feminino (*uma*), devido à concordância com o nome elíptico *cerveja* (i,i').

Em (7c), o artigo se flexiona no feminino, em concordância com o nome elidido *caçaca*, mesmo que o nome expresso da marca *João Mendes* seja masculino. Em (7d), (7e), (7f), (7g) e (7h), a flexão do artigo se dá de acordo com o gênero dos nomes elididos, respectivamente: *carro, moto, caminhonete, lavadora e escova de dentes*.

Ademais, destaca-se, no PB, a presença do mesmo padrão de flexão de determinantes precedendo nomes de estabelecimentos, como em (8a-f), e também revistas, como em (8g), o que caracteriza a produtividade bem como a regularidade do fenômeno. Em (8a-g)<sup>15,16</sup>, a flexão do artigo se dá de acordo com o gênero e com o número dos nomes elípticos, respectivamente: *farmácia, loja, clínica, hospital, igreja, hotel e revista*.

- (8) a. a Araújo  
a'. a (drogaria de nome) Araújo
- b. a Lojas Rede  
b'. a (loja de nome) Lojas Rede
- c. a Freud Cidadão  
c'. a (clínica de nome) Freud Cidadão
- d. o Vera Cruz  
d'. o (hospital de nome) Vera Cruz
- e. a São José/Santo Antônio/Sagrado Coração  
e'. a (igreja de nome) São José/Santo Antônio/Sagrado Coração
- f. o Rainha do Brasil  
f'. o (hotel de nome) Rainha do Brasil
- g. a Estudos Linguísticos  
g'. a (revista de nome) Estudos Linguísticos

- (i) uma Puro Malte  
(i') uma (cerveja de tipo) Puro Malte

<sup>15</sup>Listam-se exemplos dos respectivos DPs, realizados em sentenças:

- (8) a. Comprei um condicionador na Araújo.  
b. "Fui na **lojas Rede King** BH gente, quem é de BH sabe que essa loja é uma perdição." Disponível em: <<https://www.instagram.com/ssorayav/reel/DE5ELe1O8tg/>>. Acesso em: 17 fev. 2025.  
c. Visitei a Freud Cidadão.  
d. Conheci o Vera Cruz.  
e. A São José foi construída há poucos anos.  
f. "O Rainha do Brasil foi pensado para que o devoto tenha o suporte e o descanso que ele e sua família precisam." Disponível em: <<https://www.a12.com/redacaoa12/santuarionacional/hotel-rainha-do-brasil-10-anos-acolhendo-o-devoto-da-mae-aparecida>>. Acesso em: 17 fev. 2025.  
g. "A Estudos Linguísticos (São Paulo. 1978) publica, desde sua criação, artigos." Disponível em: <<https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos>>. Acesso em: 17 fev. 2025.

<sup>16</sup>(8b): nome de loja de cosméticos em Belo Horizonte (Minas Gerais). (8c): nome de clínica médica em Belo Horizonte (Minas Gerais). (8d): nome de hospital em Belo Horizonte (Minas Gerais). (8e): São José / Santo Antônio: nomes de igrejas em Perdões (Minas Gerais), mas também frequentes em outras cidades da federação. Sagrado Coração: nome de igreja em Diamantina (Minas Gerais). (8f): nome de hotel em Aparecida (São Paulo).

Nota-se, em (8a), a flexão do artigo no feminino de acordo com o gênero de *farmácia*, independentemente de o nome da farmácia *Araújo* ser masculino. Em (8b), a flexão do artigo ocorre no singular, independentemente de o nome da loja *Lojas Rede* ser plural. Em (8c), a flexão do artigo ocorre no feminino<sup>17</sup>, independentemente de o nome da clínica *Freud Cidadão* ser masculino. Em (8d), a flexão do artigo ocorre no masculino, independentemente de o nome do hospital *Vera Cruz* ser feminino. Em (8e), a flexão do artigo ocorre no feminino, independentemente de o nome da igreja *Sagrado Coração* ser masculino. Em (8f), a flexão do artigo ocorre no masculino, independentemente de o nome do hotel *Rainha do Brasil* ser feminino. Ainda quanto a (8f), vale destacar um dado do francês “le Reine Elizabeth”<sup>18</sup> no qual se evidencia o mesmo fenômeno: *le* se flexiona no masculino, em concordância com o gênero de *hôtel*, mesmo que o nome do hotel *Reine Elizabeth* seja feminino. Por último, em (8g), a flexão do artigo ocorre no feminino e singular, independentemente de o nome da revista *Estudos Linguísticos* ser masculino e plural.

Em suma, pode-se observar, nos dados do francês com nomes de marcas, evidenciados por Gouet (1976), que os itens nominais, referentes aos produtos, mesmo suprimidos, desencadeiam a flexão em gênero no determinante e nos modificadores. O fenômeno, produtivo no francês e intrigante ao olhar dos pesquisadores já nos anos 70, também se mostra frequente no PB.

#### 4 Proposta de análise: a sintaxe de estruturas contendo elisão e nomes de marcas comerciais

Esta seção fornece uma proposta de análise sintática para dados como aqueles apresentados por Gouet (1976), considerando-se a estrutura interna do DP e a checagem de traços formais de gênero e número. Essa análise é feita com base no que tem sido desenvolvido por Pereira (2017, 2018, 2020, 2023a-b, 2024a-c), para construções que evidenciam concordância com *silent nouns* (Kayne, 2005, 2019, 2021). Para explicitação da proposta, retomam-se os dados seguintes (9)<sup>19</sup>, renumerados e/ou adaptados, bem como se procede à derivação sintática (10).

<sup>17</sup>Neste caso, “o Freud Cidadão” também é possível, como em “Atendo no Freud Cidadão”, se o entendimento for “o (consultório) Freud Cidadão”. Vale destacar que, por se tratar de elisão de nomes com antecedente recuperável, seja o antecedente expresso ou não, certa variabilidade é prevista, como identificado neste caso em que se recuperam antecedentes feminino e masculino, como ‘clínica’ e ‘consultório’. Outro caso de variabilidade seria na ocorrência de nomes de redes sociais de comunicação em que também se recuperam antecedentes feminino e masculino, como ‘plataforma/rede’ e ‘serviço/meio’. Por isso, em observação ao comentário de um dos pareceristas, embora a escolha do masculino em “o Facebook”, “o Instagram” e “o Tiktok” possa ser predominante, também são permitidas ocorrências no feminino, como se constata em “Apareceu na Facebook” (Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/ChcZy9dlRMd/>>. Acesso em: 29 jul. 2025).

<sup>18</sup>Dado referido por David Pesetsky, por ocasião de comunicação pessoal, durante visita ao MIT, em abril de 2022.

<sup>19</sup>(9a): cf. “Um Bourgogne branco para todos os momentos!”

Disponível em: <<https://www.instagram.com/animavinumbrasil/p/C0hqa58pEgC/>>. Acesso em: 20 fev. 2025.

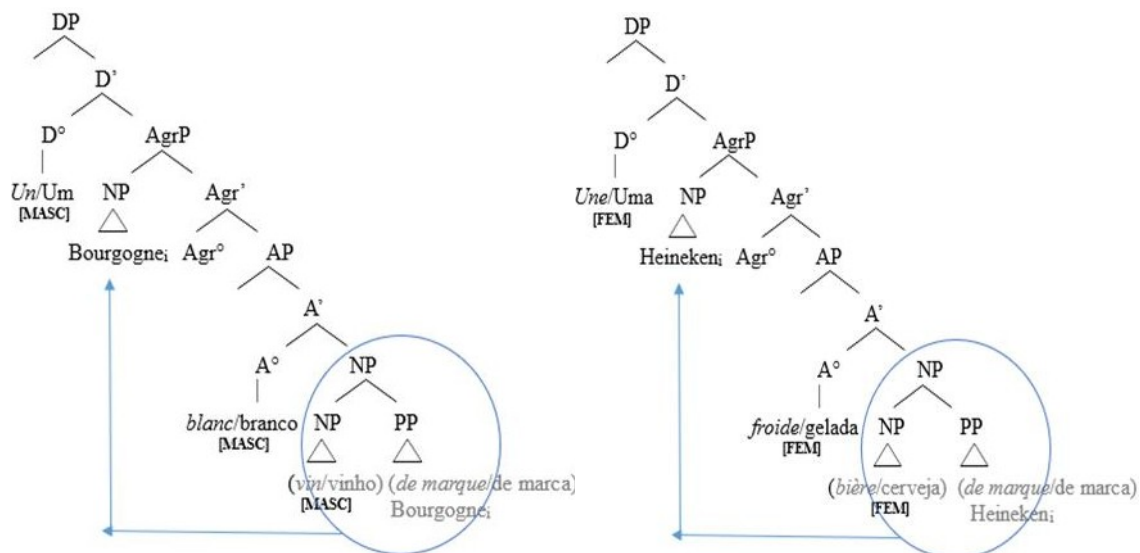
(9b): cf. “Une Heineken froide protégée de la lumière et de l’air.”

Disponível em: <<https://www.heineken.com/ca/fr/home>>. Acesso em: 20 fev. 2025.

- (9) a. Un Bourgogne blanc / Un (vin de marque) Bourgogne blanc  
 'Um Bourgogne branco' / 'Um (vinho de marca) Bourgogne branco'
- b. Une Heineken froide / Une (bière de marque) Heineken froide  
 'Uma Heineken gelada' / 'Uma (cerveja de marca) Heineken gelada'

(10a) para (9a)

(10b) para (9b)



Fonte: elaborado pela autora.

O diagrama arbóreo, em (10), é feito com base em Cinque (2005). Nele, observa-se que o nome elidido do produto se realiza como núcleo do NP, enquanto o nome da marca comercial se realiza dentro de um PP, que, por sua vez, é derivado em posição de adjunção. O movimento do NP, em *pied-piping*, para uma posição Agree acima de onde o AP é inserido, garante a realização do adjetivo posposto ao NP. Dessa forma, o nome elidido funciona como alvo para checagem (Chomsky, 2001; Pesetsky, 2007) de traços de gênero das sondas, no determinante e no modificador adjetival. Assim, a flexão se dá porque o determinante e modificadores concordam em gênero com o nome nulo (*cerveja* ou *vinho*), que se aloja dentro do NP, na estrutura interna do DP.

Essa proposta de derivação sintática e análise da checagem de traços se configura como uma aplicação daquela desenvolvida para outras estruturas do PB (Pereira, 2017, 2018, 2020, 2023a-b, 2024a-c), que revelam aparente disparidade na concordância nominal, como (11).

- (11) a. 10 ovos caipira vermelhos  
 a'. 10 ovos [(de TIPO) caipira] vermelhos
- b. lavagem expresso  
 b'. lavagem [(de TIPO) expresso]

(Pereira, 2023a, p. 31-32, 2024c, p. 306-308)

Em (11a), *caipira* não se flexiona no plural, segundo essa análise, por estar em con-

cordância com um *silent noun* TIPO<sup>20</sup>, que contém traços formais de número singular. Desse modo, a concordância de *caipira* não se estabelece com o nome explícito *ovos*, no plural, mas com o *silent* TIPO. Este se situa em um PP, localizado em fase de adjunção ao NP que tem como núcleo *ovos*, como se pode observar na derivação proposta em Pereira (2023a, p. 31, 2024c, p. 306). Igualmente, em (11b), a concordância em gênero de *expresso* não se estabelece com o nome explícito *lavagem*, no feminino, mas com o *silent* TIPO, que contém traços formais de gênero masculino. Portanto, o que se apresenta, superficial e aparentemente, como disparidade demonstra, na verdade, um padrão coeso de concordância com *silent nouns* no PB.

Em suma, a análise sintática da derivação estrutural e da checagem de traços formais, proposta inicialmente para estruturas com *silent nouns*, pode ser implementada nos dados do francês, ilustrados por Gouet (1976) e atestados no PB<sup>21</sup>.

## 5 Considerações finais

O teor das reflexões depreendidas em Gouet (1976) sobre o papel de nomes elididos no licenciamento da concordância nominal justifica sua recuperação, de modo a: (i) fundamentar a análise e elucidação do fenômeno em outras línguas além do francês, conforme atestado no PB; (ii) estabelecer um paralelo com pesquisas recentes sobre *silent nouns*; e (iii) impedir que fiquem no esquecimento percepções pretéritas e vanguardistas da literatura sobre o tópico, alvo de investigação atual. Dessa forma, observa-se que recursos relacionados à supressão nominal, para checagem de traços formais, são naturalmente parte do funcionamento das línguas e, portanto, parte da qual a análise linguística deve se ocupar.

## Referências

CHOMSKY, Noam. Derivation by phase. In: KENSTOWICZ, Michael (ed.). *Ken Hale: a life in language*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2001. p. 1-52.

CINQUE, Guglielmo. Deriving Greenberg's Universal 20 and its exceptions. *Linguistic Inquiry*, Massachusetts, v. 6, n.3, p.315-332, 2005.

<sup>20</sup>A utilização de maiúsculas reproduz a forma utilizada por Kayne (2005, 2019, 2021), para representar *silent nouns*.

<sup>21</sup>No entanto, ressalva-se que *silent nouns* são de natureza distinta dos nomes suprimidos, tratados por Gouet (1976) e presentemente exemplificados com dados do PB. Não é foco do presente trabalho essa diferenciação, que demandaria outro artigo, mas uma das diferenças pode ser rastreada em Kayne (2019, 2021) segundo o qual *silent nouns* são categorias de elipse não recuperável, isto é, sem antecedente (“antecedentless deletion”, Kayne (2019, p. 1)). Por sua vez, os nomes elididos, nos dados apresentados (1-9), são de elipse recuperável (“recoverable deletion”, Kayne (2021, p. 1)). Assim, em (1-9), o antecedente é recuperável, na situação de fala, com ou sem material linguístico expresso. Contrastivamente, no caso dos *silent nouns*, a categoria nula é depreendida por vias formais e estruturais unicamente. Dessa diferença, deriva-se outra: como os nomes elididos em (1-9) são dependentes de um antecedente recuperável no contexto, certa variação é prevista, como “o (periódico) Caderno de *Squibs*” ou “a (revista) Caderno de *Squibs*”. Tal variação não é esperada com *silent nouns*. Ainda outra diferença reside na categoria dos itens elididos, visto que *silent nouns*, como *tom*, *tamanho*, *tipo* (Pereira, 2023a, 2024c), *conjunto* (Pereira, 2018), *hora* (Pereira, 2017), dentre outros, operam com valor funcional, enquanto nomes comuns (1-9), como *vinho*, *cerveja*, *cachaça*, *carro*, *igreja*, *loja*, *clínica* e *revista*, têm valor lexical.

- GOUET, Michel. On a class of circumstantial deletion rules. *Linguistic Inquiry*, n.7, p. 693-687, 1976.
- KAYNE, Richard. *Movement and Silence*. Oxford; New York: Oxford University Press, 2005.
- KAYNE, Richard. *A note on the tension between silent elements and lexical ambiguity, with special reference to inalienable possession*. Mailing List, 24 nov. 2019. p. 1-9
- KAYNE, Richard. *On the why of NP-deletion*. Mailing List, 6 nov. 2021. p. 1-10.
- MORIN, Yves-Charles. Re: On a class of circumstantial deletion rules. *Linguistic Inquiry*, n.8, p. 747-751, 1977.
- PEREIRA, Bruna Karla. “10 ovos caipira vermelhos”: silent nouns na concordância nominal do PB. *Cadernos CESPUC de Pesquisa*. Série Ensaios, n. 44, 2023a, p. 19-39.
- PEREIRA, Bruna Karla. “A cerveja desce redondo”: uma análise da concordância nominal com o silent noun MODO no PB. In: SEMINÁRIO DO GEL, 69, 2023, São Paulo. *Caderno de Resumos...* São Paulo: USP, 2023b, p. 189-190.
- PEREIRA, Bruna Karla. “Deu bom/ruim”: concordância com o silent noun RESULTADO. In: SEMINÁRIO DO GEL, 70, 2024, Campinas. *Caderno de Resumos...* Campinas: UNICAMP, 2024a, p. 250.
- PEREIRA, Bruna Karla. Copular exclamatives and gender agreement. In: GUESSER, Simone; MARCHESAN, Ani; MEDEIROS, Paulo (ed.). *Wh-exclamatives, Imperatives and Wh-questions: Issues on Brazilian Portuguese*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2024b, p. 117-142.
- PEREIRA, Bruna Karla. Feature checking and silent nouns in Brazilian Portuguese nominal agreement. *Estudos Linguísticos e Literários*, Salvador, n. 77, p. 290-315, 2024c.
- PEREIRA, Bruna Karla. Gênero em sentenças copulares no PB: da “discordância” entre sujeito e predicativo para a concordância entre adjetivo e *silent noun*. *Caderno de Squibs*, v. 6, p. 66-90, 2020.
- PEREIRA, Bruna Karla. Inflection of ‘cada’ and number feature valuation in BP. *Estudos Linguísticos e Literários*, v. 61, p. 85-103, 2018.
- PEREIRA, Bruna Karla. The DP-internal distribution of the plural morpheme in Brazilian Portuguese. *MIT Working Papers in Linguistics*, v. 81, p. 85-104, 2017.
- PESETSKY, David; TORREGO, Esther. The syntax of valuation and interpretability of features. In: KARIMI, Simin et al. (ed.). *Phrasal and clausal architecture*. Amsterdam: John Benjamins, 2007. p. 262-294.

**AUTORIA****Bruna Karla Pereira (UFVJM)**

Conceitualização; Análise Formal; Escrita — Esboço Original; Escrita — Revisão e Edição

Conforme papéis CRediT especificados em:

<https://contributorshipcollaboration.github.io/projects/translation/translations/pt/>**DADOS DA PUBLICAÇÃO**Seção: *Squibs*

Recebido em: 23/2/2025

Aceito em: 14/7/2025

Publicado em: 13/10/2025

**COMO CITAR**

PEREIRA, Bruna Karla. Revisitação a Gouet (1976): a concordância em DPs contendo nomes de marcas comerciais.

*Caderno de Squibs*: Temas em estudos formais da linguagem, v. 10, n. 2, p. 24-36, 2024.**SOBRE A REVISTA**Submissões: <https://periodicos.unb.br/index.php/cs>*Open Access*Sob licença *Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License*