

A CONSTRUÇÃO DE PROPAGANDAS COM VERBOS TRANSITIVOS SEM COMPLEMENTOS¹

BUILDING ADVERTISEMENTS WITH TRANSITIVE VERBS WITHOUT OBJECT COMPLEMENTS

Henrique Santos Braga²

Marcelo Módolo³

É comum as gramáticas definirem verbos transitivos como aqueles que exigem um complemento para atingir o “sentido completo”. Essa classificação semântica e lexicocêntrica da transitividade vem, segundo alguns teóricos, do velho gramático grego Apolônio Díscolo. Em sua análise, ele apostou em uma descrição sintática que mantivesse um olhar mais atento ora às relações entre nomes e verbos, ora às relações entre verbos e todos os demais constituintes da frase.

Embora a análise linguística tenha alcançado um grande avanço descritivo desde então, o mérito desse gramático foi abrir espaço para o surgimento de dois novos conceitos: as noções de sujeito e objeto. Porém, dado o caráter prototípico das orações que manifestam ambas as funções sintáticas, os casos de objetos apagados de construções transitivas diretas foram, muitas vezes, “varridos para debaixo do tapete”.

Foi sobre esse tema que — orientada por Margarida Salomão, da Universidade Federal de Juiz de Fora — Lucilene Hotz Bronzato escreveu a dissertação *A abordagem socio-cognitiva da construção de destransitivizada: o enquadre da interdição*. Um resumo do trabalho pode ser lido em *O enquadre gramatical da interdição ou "Para bom entendedor meia palavra basta"*, capítulo de MIRANDA & SALOMÃO (2009).

“COMPRE QUE EU DOU PRA VOCÊ”

¹ BRONZATO, Lucilene Hotz. **A abordagem socio-cognitiva da construção de destransitivização: o enquadre da interdição**. Dissertação de Mestrado. Juiz de Fora – Departamento de Letras – ICHL / UFJF, 2000.

² Mestre em Filologia e Língua Portuguesa pela Universidade de São Paulo (2008), desenvolve atualmente doutorado pela mesma instituição. É co-autor, com o Prof. Dr. Marcelo Módolo, da coluna Academia, publicada na revista Língua Portuguesa, em que contribui para a divulgação científica de trabalhos sobre temas linguísticos.

³ Doutor e Mestre em Filologia e Língua Portuguesa pela Universidade de São Paulo. Pós-doutorado em lingüística histórica e semântica cognitiva pelo Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas.

“o emplacamento grátis”

Fonte: <<http://bit.ly/1Rxs4pL>> Consultado em 1/12/2015.

No dia 14/10/2012, os maceioenses acordaram com essa propaganda, no mínimo, machista. Uma empresa de motocicletas lançou nos *outdoors* da capital alagoana uma modelo sensual debruçada sobre uma motocicleta, soltando uma frase escrita em letras destacadas. A frase e a modelo despertavam a atenção dos homens e o repúdio de muitas mulheres que circulam pelas ruas de Maceió. Nas redes sociais, internautas não pouparam críticas à forma, no mínimo, ousada de divulgação. Porém, apesar de despertar o lado sensual da coisa, o jogo de *marketing* foi apenas para divulgar que o “emplacamento da motocicleta era gratuito” — em letras de menos destaques que a mulher em poses sensuais e da frase “COMPRE QUE EU DOU PRA VOCÊ”.

Nessa propaganda, associa-se a figura da modelo com os verbos comprar (“compre”) e dar (“dou”) algo; porém, esses objetos não chegam a ser lexicalizados no texto. Nesse enunciado, portanto, os predicadores *comprar e dar*, tradicionalmente classificados como verbos *transitivos*, aparecem em uma configuração sintática que os destransitiviza: o complemento à sua direita instancia-se como \emptyset (vazio), sem, contudo, gerar uma frase agramatical.

Essa gramaticalidade é garantida pelo preenchimento semântico do objeto, já que qualquer falante do português brasileiro mais atento, mesmo sem auxílio da imagem, sabe perfeitamente que a propaganda possui - em uma primeira leitura - conotações sexuais.

Em outra propaganda de motel jundiense, demonstrada abaixo, ocorre ainda a destransitivização de outro predicador. Trata-se do verbo *chupar*, cujo preenchimento semântico também é feito pelos falantes, em uma primeira leitura, com claras conotações sexuais:

“CHUPA QUE É DOCE”

“Sorvete grátis”

Fonte: <<http://bit.ly/1Rxs4pL>>. Consultado em 1/12/2015.

O estabelecimento lançou, em *outdoor*, a foto de um par de seios - feitos com duas bolas de sorvete e cereja nas pontas, no lugar dos mamilos - com a frase “CHUPA QUE É

DOCE” em caracteres brancos, no alto. Logo abaixo, em caracteres amarelos, “Sorvete grátis”. Novamente, um olhar machista, sexista, que ainda permeia a sociedade atual e que tem a sua contraparte linguística no complemento à sua direita, instanciado como Ø (vazio): “CHUPA Ø QUE É DOCE”. Esse Ø (vazio) é preenchido no português brasileiro por todo um contexto semântico-pragmático proporcionado pelo verbo “chupar”.

Se procurarmos mais exemplos, veremos que casos de destransitivização verbal com anulação de complemento ocorrem em grande quantidade. Observemos este conhecido anúncio, presente em rodovias brasileiras, retomado por BRONZATO (2000: 47):

Se beber, não dirija.

Se pensarmos no verbo beber, verificaremos que a cena conceptual primariamente evocada por esse predicador é a de um *esquema genérico de ingestão de líquidos*, na qual se tem um experienciador (sujeito) e um conteúdo, realizado como objeto direto (aquilo que se bebe). Assim, enunciados como *Romeu e Julieta beberam veneno juntos* enquadram-se perfeitamente na interpretação desse esquema. Quando destransitivizado, porém, o predicador “beber” restringe o objeto direto a *bebidas alcoólicas*.

São as normas de conduta social que determinam quais tipos de comportamentos devem ser valorizados por um dado grupo, quais valores sociais tendem a ser reforçados e, por isso, postos em relevo. Desse modo, os comportamentos "desviantes" tenderão a ser omitidos. Assim, dentro da abordagem sociocognitivista, a hipótese de que as normas de conduta devem, indubitavelmente, se refletir nas escolhas linguísticas dos falantes é perfeitamente plausível.

No Brasil, os assuntos considerados *tabus sociais* submetem-se, na interação verbal, a algumas imposições socioculturais, dadas sob a forma de *instruções pragmáticas*, isto é, sob a forma de *regras de adequação da linguagem à situação*. A primeira delas é a requisição de serem evitados, especialmente em determinados contextos. A segunda é a de serem dissimulados ou eufemizados. Observando discursos enquadrados em duas molduras comunicativas típicas de tabus sociais, sexo e drogas, podemos verificar que,

não raro, a configuração sintática destransitivizada é preferida em detrimento da configuração transitiva.

Além disso, o caráter insinuativo de certos enunciados, nos quais verbos prototipicamente transitivos são destransitivizados, permite um jogo bem-humorado entre criação de expectativas e quebra das mesmas. Na linguagem musical isso é muito frequente, dando origem a um caso específico que são as *músicas de duplo sentido*, como também explorado em dois anúncios acima. Um exemplo é a canção “Eu dei”, de Ary Barroso, interpretada por Carmem Miranda, retomada por BRONZATO (2000: 78):

“Eu dei [Ø].
O que foi que você deu [Ø], meu bem?
Eu dei Ø
Guarde um pouco para mim também!”

Entender os usos linguísticos como negociações constantes entre enunciador e enunciatário é um passo importantíssimo para a formação de usuários proficientes do idioma. Tratar a destransitivização como fenômeno recorrente e estruturado na comunicação certamente pode contribuir em muito com esse processo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

MIRANDA, Neusa Salim & SALOMÃO, Maria Margarida Martins (Orgs). **Construções do Português do Brasil: da gramática ao discurso**. Belo Horizonte: UFMG, 2009. 389p.