



H0770

PROMOÇÃO DE ARGUMENTO INTERNO NO PORTUGUÊS BRASILEIRO

Carolina Takara (Bolsista PIBIC/CNPq) e Profa. Dra. Sonia Maria Lazzarini Cyrino (Orientadora), Instituto de Estudos da Linguagem - IEL, UNICAMP

No português brasileiro constatamos estruturas com promoção de argumento interno que não ocorrem ou que são agramaticais no português europeu. São estruturas nas quais o argumento que recebe papel temático de tema sobe para a posição canônica de sujeito (Spec IP), como “o carro está consertando”, que têm o mesmo valor das passivas analíticas e, assim como as passivas sintéticas, não permitem um agente da passiva, mas que, diferentemente de todas as outras estruturas passivas, apresentam restrição quanto ao aspecto verbal e quanto à animacidade do argumento, assim como as estruturas médias (emboras elas apresentem uma leitura genérica e não episódica). Assumo neste trabalho a hipótese de Cyrino (2007), de que as estruturas com promoção de argumento tiveram origem na perda de um dos tipos do clítico *se* – o *se médio*, devido à maior semelhança estrutural. A fim de encontrar dados que fortalecessem a hipótese, busquei, em um corpus composto por 500 cartas escritas por brasileiros do início do século XIX, casos de *se médio* e apagamento do clítico *se* em geral. Apesar de não terem sido encontrados os dados esperados, foram observados outros com *se passivo*, *se indefinido* e *se impessoal* que corroboram algumas das reanálises do clítico, e que, consequentemente, incentivam a busca de dados que validem a hipótese desta pesquisa.

Sintaxe gerativa - Argumento interno - Português brasileiro