

ESTUDO DO VERBO LEVAR EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

Allan Costa Stein (UFES)

allanstein1@gmail.com

Carmelita Minelio da Silva Amorim (UFES)

carmel_msa@yahoo.com.br

Lúcia Helena Peyroton da Rocha (UFES)

lhpr@terra.com.br

Em geral, os verbos são apresentados de forma caótica nos manuais de gramática e nos dicionários, visto que são classificados quanto à predicação, aprioristicamente e de forma descontextualizada, como transitivos diretos, indiretos, diretos e indiretos, intransitivos etc. No entanto, já se tem comprovado que somente o contexto pode legitimar a transitividade dos verbos. É nessa perspectiva que se inscreve a análise do verbo “levar” que será feita. O *corpus* será constituído de anúncios publicitários disponíveis na internet e em outros meios. Aqui se propõe identificar, descrever e analisar as diferentes realizações que o verbo “levar” pode assumir nos anúncios publicitários, recorrendo-se ao funcionalismo e à gramática de valências, na esperança de apresentar um novo olhar para o estudo de verbos a partir do tratamento linguístico dado ao verbo “levar”.