



Análise do conector “mas” e seus distintos sentidos sob o viés da Teoria dos Blocos Semânticos

Analysis of the connector “but” and its different meanings under the Theory of Semantic Blocks

Francismar FURLANETTO*^{ID}

Gisele Benck de MORAES**^{ID}

RESUMO: O sentido de um enunciado é determinado a partir dos argumentos expressos nele, encadeados por meio de conectores. Com base nisso, este estudo analisa como é desencadeado o sentido do conector “mas” no enunciado de anúncios publicitários de instituições bancárias brasileiras. Isto é, como o conector “mas” ganha diferentes sentidos de acordo com a construção do enunciado. As análises podem ser utilizadas para a realização de um trabalho mais eficaz com textos na Educação Básica. Como suporte para as análises, foram utilizados os apontamentos de Ducrot e Carel (2008), Carel (2005; 2009) e de outros pesquisadores da área da Semântica Argumentativa. Os resultados obtidos revelam que, a depender da construção do enunciado, o conector analisado pode desencadear diferentes sentidos, ora inclinados à transgressividade ora à normatividade. Portanto, as análises podem ser úteis para orientar o trabalho docente, uma vez que o sentido pode ser analisado a partir da organização dos elementos linguísticos do enunciado.

PALAVRAS-CHAVE: Argumentação. Enunciado. Conector “Mas”. Blocos Semânticos.

ABSTRACT: The meaning of an enunciation is determined from the arguments expressed on it, linked by connectors. Based on that, this study analyzes how the meaning of connector "but" triggers the enunciation of advertisements diffused by Brazilian banking institutions. That is, how the connector "but" gains different meanings according to the construction of the statement. The analyses can be used for more effective work with texts among preschoolers. We used the studies of Ducrot and Carel (2008), Carel (2005; 2009), and other researchers dedicated to Argumentative Semantics as theoretical support. The results showed that, depending on the construction of the statement, the connector triggers different meanings, either the one prone to transgression or normativity. Therefore, the analyses can guide teachers since meaning can be analyzed from the organization of the linguistic elements of the enunciation.

KEYWORDS: Argumentation. Enunciation. Connector “But”. Semantic Blocks.

Artigo recebido em: 06.05.2022

Artigo aprovado em: 03.11.2022

* Mestrando em Letras do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo (UPF). furlanettofrancismar@gmail.com

** Doutora em Linguística Aplicada. Professora da Universidade de Passo Fundo (UPF). gbenck@upf.br

1 Introdução

Como a língua é um sistema que possibilita a comunicação humana, muitas vezes através da expressão de pontos de vista, que mostram a visão do autor do enunciado, algumas escolhas realizadas pelo enunciador orientam a compreensão desses pontos de vista e conduzem o leitor à interpretação através de blocos de sentido, unidos ou não, por meio do uso de alguns conectores. Os casos em que há esses conectores são os que mais interessam, pela pertinência e relevância do sentido desencadeado pelo seu uso no processo de ensino e aprendizagem de leitura, neste caso, em língua materna.

Por isso, este trabalho visa a compreender como o conector “mas” pode ganhar diferentes sentidos de acordo com a construção do enunciado. Assim, pretendemos analisar como esses sentidos são gerados de acordo com as construções linguísticas de dois textos publicitários e, por isso, é necessário aprofundar conceitos relativos à Teoria da Argumentação na Língua e dos Blocos Semânticos de Ducrot e Carel (2008). Por fim, elaboramos a análise, em construções textuais de duas publicidades, de como diferentes sentidos podem ser atribuídos ao referido conector.

Este estudo tem como justificativa um suporte para o trabalho do professor da Educação Básica a fim de tornar mais efetivo o ensino, através do trabalho com diferentes gêneros em sala de aula, neste caso, a partir de anúncios publicitários. Acreditamos que proporcionar ao aluno estratégias de reconhecer os sentidos possíveis, desencadeado pelo uso de determinadas estruturas da língua, pode torná-lo mais competente, em termos de leitura e escrita, e inseri-lo em práticas letradas variadas que contribuam para o exercício pleno de sua cidadania em diversos segmentos de nossa sociedade.

Isso posto, a pesquisa caracteriza-se como qualitativa, visto que analisa e interpreta os dados de modo a reconhecer como a construção do sentido é realizada. São utilizadas duas propagandas, em imagem simples, de diferentes instituições bancárias nacionais, com vistas a exemplificar diferentes construções argumentativas

provocadas pelo conector “mas”. Para tanto, são construídos os blocos semânticos de cada anúncio, bem como identificados os elementos recíprocos e conversos de cada bloco a fim de perceber a identificação ou transgressão com a regra proposta pelo enunciado. Ademais, são empregados como base teórica para referendar nossas análises os conceitos de Argumentação na Língua propostos por Ducrot e Carel (2008), Carel (2005; 2009) e outros pesquisadores da área, como Moraes (2008) e Graeff e Costenaro (2009), que aprofundaram os conhecimentos gerados a respeito do tema.

O trabalho estrutura-se em um capítulo teórico, em que são realizadas as considerações sobre o referencial teórico base, para, na sequência, serem apresentadas a metodologia e as análises dos *corpora* utilizados. Por fim, são realizadas as considerações finais sobre os resultados obtidos.

2 Da expressão de pontos de vista: a Teoria dos Blocos Semânticos

A Teoria dos Blocos Semânticos, que baliza o trabalho, surgiu a partir da Teoria da Argumentação na Língua (doravante ADL), proposta por Anscombe e Ducrot (1983 *apud* GRAEFF; COSTENARO, 2009) após reflexões sobre as argumentações provenientes das palavras, descartando completamente o sentido apenas informativo dos vocábulos. Dessa maneira, um locutor, ao proferir seu enunciado, não informa algo, mas expressa um ponto de vista por meio das palavras que escolhe para compô-lo. Por isso, nos parece pertinente aproveitar uma retomada histórica dos desdobramentos dessa teoria, realizada por Graeff e Costenaro (2009), com a intenção de compreender melhor as implicações teóricas e metodológicas nos dias atuais.

2.1 As três fases da ADL: um breve histórico

A ADL é caracterizada por três fases claras e distintas, identificadas pelos avanços e desdobramentos dos estudos da argumentação, que possibilitaram diferentes interpretações sobre a expressão de pontos de vista em um enunciado. Na primeira fase, chamada de forma *standard*, as palavras só ganham sentido a partir das

conclusões delas tiradas no enunciado (GRAEFF; COSTENARO, 2009). Como exemplo, as autoras Graeff e Costenaro (2009) utilizam os enunciados “Faz sol, vamos sair” e “Faz sol, não vamos sair”. Em ambos os casos, o valor semântico de “Faz sol” é diferente, a depender das conclusões que podem ser tiradas dela, haja vista que, na primeira, o sol é favorável ao passeio, enquanto é desfavorável na segunda.

De igual modo, há conjuntos de frases que podem designar o mesmo fato, mas suscitar argumentações diferentes, como em “João comeu pouco no almoço” e “João comeu um pouco no almoço”. O primeiro caso pode ser considerado negativo, enquanto o segundo pode ser considerado positivo, ou vice-versa, a depender de como a ingestão de alimentos é vista, se prejudicial ou benéfica (por exemplo, se a pessoa estava doente e comeu *pouco*, isso é ruim; se estava doente, mas conseguiu comer *um pouco*, isso é positivo). Esse fato passa a colocar em dúvida o feito de o enunciado possibilitar uma conclusão argumentativa, pois diferentes operadores podem orientar a determinados *topoi* que, por sua vez, nos conduzem de um argumento a uma conclusão (GRAEFF; COSTENARO, 2009). A partir dessa observação, inicia-se a segunda fase da ADL.

Essa nova fase da ADL insere o conceito de *topoi*, que são princípios argumentativos universais, coletivos e graduais, que constituem um trajeto argumentativo. Um determinado *topoi* orienta os enunciadores para a direção de uma determinada conclusão (GRAEFF; COSTENARO, 2009). Em outras palavras, os *topoi* são possibilidades que orientam o enunciado a seguir por um ou outro “caminho argumentativo”. Nos exemplos citados anteriormente, sobre o fato de João comer “pouco ou um pouco”, é possível perceber que essas entidades linguísticas evocam dois *topoi* em cada. A depender do contexto, o potencial argumentativo será orientado

a um ou a outro *topoi*. A noção de *topoi* aliada à da polifonia¹ acaba por originar a forma *standard* ampliada da teoria (GRAEFF; COSTENARO, 2009).

Todavia, mesmo a noção de *topoi* acaba por contrariar, de certo modo, a noção de argumentação, pois como Carel (2001 *apud* GRAEFF; COSTENARO, 2009) afirma, é um único ponto de vista que se desenvolve, sob um ângulo normativo ou transgressivo, observado por meio do encadeamento entre dois segmentos. Por isso, a argumentação pode ser dividida em blocos (os segmentos), que permitem abstrair o ponto de vista assumido pelo enunciador. É assim que nasce a terceira fase, com a Teoria dos Blocos Semânticos (doravante TBS), dentro da ADL, que será mais bem explicitada a seguir.

2.2 A Teoria dos Blocos Semânticos: considerações relevantes

Ducrot (2005) defende que tudo ou quase tudo o que diz respeito ao sentido do enunciado é pragmático, que nada é informação prévia, sendo a língua a instância que sempre aponta para qual contexto olhar e analisar. Por isso, para o autor, a enunciação deixa marcas linguísticas no enunciado, por meio das quais se pode fazer a reconstituição do sentido.

Dessa forma, a Teoria dos Blocos Semânticos (TBS) sugere que a argumentação ocorre por meio de segmentos argumentativos. A esse respeito, Carel (2005) afirma

¹ O conceito de polifonia pode ser observado dentro de diversas vertentes teóricas, ganhando especificidades em cada uma delas. No caso da TBS, as pesquisadoras Barbisan e Teixeira (2002) realizaram um estudo muito detalhado sobre esse conceito, que se originou em Bakhtin e foi adaptado para os estudos da argumentação. Em síntese, as autoras afirmam que a polifonia para Ducrot ganha vida nas várias funções a que se remete o sujeito falante: sujeito empírico, locutor ou enunciador. O sujeito empírico escapa do interesse dos estudos da argumentação, pois seria representado pelo sujeito no mundo, enquanto a determinação do linguista seria a observação do que “diz” o enunciado; o locutor é o responsável pelo enunciado propriamente dito e, por isso, encontra-se sempre marcado, de alguma forma, dentro dele; por fim, o enunciador representaria os diferentes pontos de vista, as perspectivas abstratas que podem compor um enunciado (BARBISAN; TEIXEIRA, 2002). Assim, cada *topoi* congrega consigo um enunciador. A depender do contexto, o locutor irá se identificar com um ou outro *topoi*/enunciador. Para maiores esclarecimentos, sugerimos uma análise desse estudo, haja vista que, pela amplitude do tema e a limitação de espaço no trabalho, optamos por apenas citá-lo para uma melhor compreensão e análise do conceito.

que esses segmentos fazem sentido apenas quando ligados um ao outro. Ainda, a autora menciona que esses blocos são dependentes, já que estão unidos, o que permite chamá-los de encadeamentos argumentativos. Isso corrobora a afirmação de que apenas um ponto de vista é desenvolvido, pois os dois segmentos estão unidos e, portanto, não podem representar pontos de vista distintos. Diante disso, Carel (2005, p. 84) assevera que sua noção de argumentação “supõe uma dependência de dois segmentos. Não há, para mim, num encadeamento argumentativo, qualquer progresso informativo. É um único ponto de vista que é desenvolvido, ou sob um ângulo normativo, ou sob um ângulo transgressivo”.

Concebida como a união de dois segmentos, a ADL passa a perceber que esses blocos são unidos por meio de um conector que acabará por criar diferentes tipos de argumentação: as transgressivas ou as normativas (DUCROT; CAREL, 2008). Esses conectores, no entanto, não são interiores ao enunciado, sempre estão marcados, de alguma forma, no suprimento linguístico dele. Portanto, só podem ser tratados como encadeamentos argumentativos aqueles enunciados em que há um conector que faça a ligação entre eles (DUCROT; CAREL, 2008). Assim, os dois enunciados juntos formam um encadeamento argumentativo, que exprime um único ponto de vista e que estará sempre ligado por um conector, o qual criará uma argumentação normativa ou transgressiva.

Levando em consideração os estudos de Ducrot, Marion Carel (2002) elabora a TBS. Sob essa perspectiva teórica, um bloco semântico é estabelecido por enunciados que apresentam aspectos normativos da regra² (*donc*) e por enunciados que contêm aspectos transgressivos da regra (*pourtant*). Por aspecto normativo, não significa que se utilize normalmente a regra, nem implica que, utilizando o aspecto transgressivo, se está fazendo uma exceção à regra. A regra não tem nenhum vínculo privilegiado com nenhum dos aspectos, nem o bloco semântico tem vínculo com nenhuma das

² Entendemos regra, neste estudo, como o possível encadeamento argumentativo estabelecido pelo sentido do conector utilizado.

regras, isto é, a própria natureza implica que haja dois aspectos, o normativo e o transgressivo, uma vez que o normal e o patológico se supõem mutuamente. Paralelamente, a regra não só encontra sua força na utilização do aspecto normativo, mas a própria exceção a confirma, pois a regra também encontra sua força no seu aspecto transgressivo. Os casos inesperados, as situações descritas pelo aspecto transgressivo não são exteriores à regra: ao contrário, são outros tantos casos descritos pela própria regra.

Dito isso, o conector é fundamental para conseguirmos definir o tipo de argumentação. Chamaremos de argumentação normativa aquela que segue a regra expressa pelo enunciado. A fim de exemplificar, Carel (2005) utiliza o enunciado “Era perto, portanto Pedro pegou a bicicleta” para imaginar que Pedro iria comprar pão. Logo, se a distância era curta, pela lógica, o rapaz deveria utilizar um meio de transporte mais econômico e lento para realizar o trajeto. Desse modo, a argumentação expressa por esse enunciado indica que Pedro se comportou normalmente, sem desviar da regra expressa: se é perto, é possível utilizar um meio de transporte mais lento e econômico (CAREL, 2005). Assim, as argumentações normativas estarão expressas por meio de conectores da ordem do *donc* (traduzindo para o português, *portanto*), cuja abreviatura utilizada é DC (GRAEFF; COSTENARO, 2009). Por isso, no enunciado de nosso exemplo, poderíamos expressar a argumentação normativa como “perto DC pegar bicicleta”.

Por outro lado, haverá uma argumentação transgressiva quando o enunciador se identificar com a fuga da regra expressa no enunciado. Para exemplificar, Carel (2005) utiliza “Era perto, mesmo assim Pedro não pegou a bicicleta”, imaginando que Pedro tenha ido comprar pão. Nesse sentido, se o local a que Pedro deseja ir não é distante, a regra seria utilizar um meio de locomoção mais econômico. No entanto, o rapaz não se contentou em ir de bicicleta e usou outro meio de transporte, o que demonstra um desvio da regra. Esse desvio da regra é sempre introduzido por expressões da ordem do *pourtant* (PT), traduzido para o português como “mesmo assim”, “apesar de” (CAREL, 2005; GRAEFF; COSTENARO, 2009). É válido mencionar

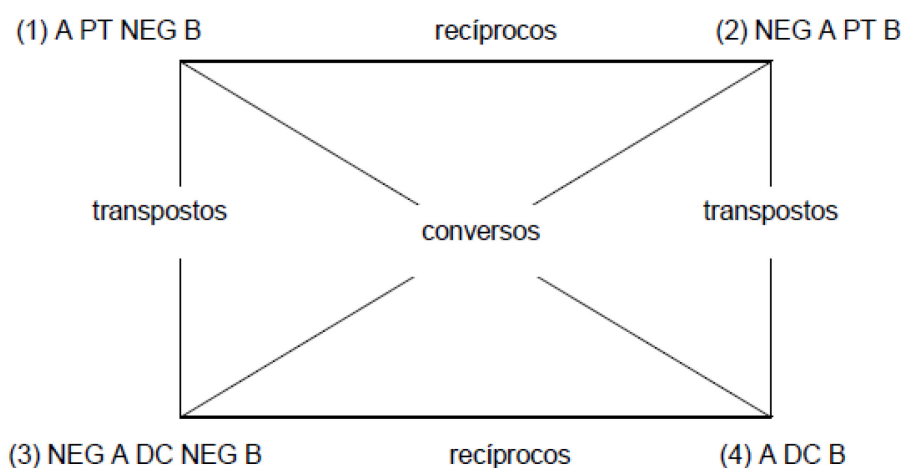
que enunciados transgressivos não negam a regra em nenhum momento, haja vista que está expresso, no exemplo utilizado, que o local “era perto” e, portanto, poderia ser utilizado um meio de transporte mais lento e econômico para o deslocamento. O que ocorre, neste caso, é a identificação do enunciador com uma argumentação que foge a essa regra, ou seja, “ser perto PT não pegar a bicicleta” (ser perto, mesmo assim não pegar a bicicleta).

Embora a TBS reduza os encadeamentos argumentativos a normativos e transgressivos, introduzidos por elementos do *donc* e do *pourtant* do francês, são várias as palavras que podem nos remeter a um tipo de encadeamento e não a outro. Como salientam Graeff e Costenaro (2009), encadeamentos normativos podem ser expressos por palavras ou expressões como “portanto”, “então” ou “faz com que”; enquanto encadeamentos transgressivos podem ser expressos por “mesmo assim”, “apesar de” ou “embora”.

Quando se propõe a analisar a argumentação desencadeada por uma palavra em específico, é importante entender que não é por meio da atribuição de certas características relacionadas aos seres ou propriedades que o encadeamento será normativo ou transgressivo. É somente pela associação de outras palavras a essa que analisamos que percebemos o direcionamento do encadeamento para a transgressão ou para a norma (CAREL, 2009). É isso que Carel (2005) observa ao analisar a argumentação expressa pela conjunção “mas” em alguns enunciados: o acréscimo de elementos linguísticos ao enunciado ou a alteração de alguns deles irá modificar o tipo de encadeamento expresso. A esse despeito, aprofundamos as observações ao longo destas análises, com vistas a verificar como ocorre essa mudança.

Nesse sentido, os encadeamentos transgressivos merecem atenção, pelo fato de ampliarem as possibilidades de escolha argumentativa do enunciador. Afinal, cada bloco semântico é constituído por alguns elementos que assumem valores positivos ou negativos dentro da regra. Como Ducrot e Carel (2008) apontam, imaginando como encadeamento A “ser uma ação perigosa” e encadeamento B “desistir de agir”, podemos ter o seguinte quadrado (Figura 1) sobre as possibilidades de argumentação:

Figura 1 – Quadrado argumentativo e classificação dos seus elementos.



Fonte: Ducrot e Carel (2008, p. 11).

Observamos, neste quadrado argumentativo, que o primeiro elemento se refere a “Ser uma ação perigosa, mesmo assim não desistir”, que é recíproco a “Não ser uma ação perigosa, mesmo assim desistir”. Esses elementos podem ser considerados recíprocos pelo fato de serem regidos por um mesmo tipo de conector que possibilita a transgressão (PT). Não obstante, o terceiro elemento refere-se a “Não ser uma ação perigosa, portanto não desistir”, enquanto o quarto elemento trata de “Ser uma ação perigosa, portanto desistir”. Esses dois últimos elementos também apontam para uma reciprocidade, visto que apresentam o mesmo conector de normatividade (DC).

Por outro lado, os termos (1) e (4) e os termos (2) e (3) são conversos³, ou seja, são os opostos um dos outros. Enquanto (1) afirma A e nega B (ser uma ação perigosa, mesmo assim **não** desistir), (4) afirma A e também afirma B (ser uma ação perigosa, portanto desistir). Do mesmo modo, (2) nega A e afirma B (**não** ser uma ação perigosa, mesmo assim desistir); enquanto (3) nega A e também nega B (**não** ser uma ação perigosa, portanto **não** desistir). São essas possibilidades, todas marcadas linguisticamente no enunciado transgressivo, que permitem inferir qual a identificação do enunciador.

³ Nos limitaremos a não analisar os elementos conversos, visto que não são pertinentes para nossa análise.

Diante do exposto, é necessária a idealização do quadrado argumentativo, com o intuito de perceber de que modo se constrói a argumentação do enunciado e com que elemento o enunciador se identifica. Assim, na seção a seguir, apresentamos uma breve descrição do conector “mas” sob a perspectiva da ADL.

3 Uma breve descrição do “mas” sob a perspectiva da ADL

Para dar conta do uso do “mas” para o estudo, vamos nos deter em uma pequena descrição sob a perspectiva da ADL, uma vez que é o objeto de análise desta investigação. O teórico Vogt (1980), ao iniciar seus estudos sobre a origem da conjunção “mas”, conclui que ela não deriva do latim *sed*, mas do advérbio *magis*, palavra que era muito utilizada para designar um grau comparativo de superioridade, por isso, segundo o autor, poderia ser confundida com o vocábulo “mais”.

Ainda, conforme Vogt (1980), a partir do momento em que as línguas românicas começam a utilizar um derivado do *magis* como conjunção adversativa, uma série de estudos passam a ser executados, pois é possível analisar o uso de “mas” sob dois aspectos: o primeiro de função retificadora, que vem do alemão *sondern* e dá origem à sigla SN, assim, temos um MAS (SN); o segundo, que vem do alemão *aber* e dá origem à sigla PA, constituindo, dessa maneira, um MAS (PA). No primeiro caso, o conector adversativo MAS (SN) introduz uma retificação, uma oposição. Podemos dizer que vem sempre depois de uma proposição negativa $p=n-p'$ e induz a uma determinação ‘q’, que irá substituir a determinação p’ negada em p e atribuída a um interlocutor real ou fictício. Como exemplo, “Ele é estudioso, mas reprovou de ano”, ou seja, ao dizer que P é estudioso, a conclusão possível seria, então aprovou de ano, porém, na sequência do enunciado acontece justamente o contrário, a negação de P, reprovou de ano.

Dessa forma, é importante diferenciarmos a negação argumentativa daquilo que os lógicos chamam de “negação”, isto é, dado um predicado P e um sujeito S, ou bem P é verdadeiro de S, ou é falso de S, o que significa que negar P é o mesmo que

dizer que P é falso de S, afirmar P é o mesmo que dizer que P é verdadeiro de S. A título de exemplo, apresentamos o seguinte enunciado: “Pessoas felizes estimulam pouco os outros”, é possível afirmar que podemos ter encadeamentos argumentativos como: “pessoas felizes são desmotivadas, apresentam pouca influência”. Essas frases orientam os interlocutores para conclusões contrárias às quais seriam retiradas do assunto “felicidade”. Por isso, asseveramos que o sentido do enunciado não é construído sob um valor fixo, mas pela possível continuação que proporciona, constituindo, assim, o encadeamento argumentativo (MORAES, 2008).

De acordo com a investigação que estamos realizando, quando temos MAS PA, são colocados em cena, no enunciado, dois argumentos que autorizam conclusões inversas. Em B MAS PA A, B é apresentado como argumento para uma conclusão R, e A, para não R, por isso que dizemos que o MAS PA vai abrir outro bloco semântico, pois orienta para outra argumentação possível, isto é, uma argumentação normativa, como veremos na análise da propaganda do Banco Santander. O locutor também atribui maior importância a A, uma vez que o resultado vai do ponto de vista argumentativo para A, isto é, está sendo orientado para não R. O conector MAS (PA) contém um morfema negativo interno ao enunciado, que não apresenta relação com o movimento argumentativo de negação marcado por “mas”. Ao se utilizar MAS (SN), a negação recairia sobre o primeiro segmento, demonstrando movimento de negação implicado por “mas”, como poderemos verificar na análise da propaganda do Itaú, pois, como a negação recai sobre o primeiro segmento, é possível demonstrar a presença de um mesmo bloco semântico, mas sob um aspecto transgressivo.

Após o exposto, na seção a seguir, realizamos as análises a fim de identificar as argumentações desencadeadas pela conjunção “mas” em publicidades.

4 Metodologia do estudo

Esta seção apresenta a metodologia e a análise, sob o viés da TBS, de como diferentes sentidos podem ser atribuídos ao conector “mas”, a depender do contexto em que é utilizado e dos elementos linguísticos que o acompanham.

A investigação é classificada como qualitativa-descritiva e bibliográfica, já que, após o levantamento bibliográfico do referencial teórico que serve de base para as análises, descreve e interpreta os dados coletados dentro de cada publicidade. Quanto às propagandas, foram selecionadas de modo aleatório, verificando a presença do conector “mas” na constituição textual para, então, serem analisados seus diferentes sentidos na construção do enunciado.

Para tanto, foram utilizadas duas publicidades, em formato de imagem, de duas instituições bancárias brasileiras. Nas análises, são criados os quadrados argumentativos de cada uma delas, destacando-se seus elementos recíprocos e conversos (quando houver), com o propósito de perceber o tipo de encadeamento argumentativo de cada publicidade. As análises são realizadas por meio do princípio da Análise do Discurso, com o suporte da ADL em seu desdobramento atual.

A despeito das publicidades selecionadas, a primeira é do banco Itaú, que promove o serviço de seguros da instituição, enquanto a segunda é do banco Santander, que divulga as contas com menores taxas disponibilizadas pela instituição. Em nossas análises, são observados apenas os elementos verbais, já os elementos visuais como planos de fundo, cores, imagens, entre outros recursos utilizados pela propaganda com vistas a chamar a atenção, bem como todas as relações mantidas entre esses componentes e a parte escrita do anúncio são desconsiderados, principalmente pela limitação que a teoria utilizada nos impõe.

Desse modo, o percurso de nossas análises se inicia pela observação do conector “mas” no enunciado, com o intuito de perceber de que modo ele é construído. Na sequência, concebemos, em forma de um simples quadro, os blocos semânticos presentes no enunciado a fim de inferir o tipo de encadeamento criado pelo conector

em análise. Por fim, observamos as demais construções linguísticas que corroboram para a criação de um encadeamento transgressivo ou normativo, ao mesmo tempo que buscamos perceber como essa observação uma leitura mais crítica e profunda do texto.

Dito isso, na próxima subseção, apresentamos as análises das propagandas.

4.1 Análise do conector “mas” e sua argumentação em publicidades

Observemos na Figura 2, na qual é apresentada a propaganda do banco Itaú, o uso do conector “mas”.

Figura 2 — Propaganda do banco Itaú.



Fonte: Revista Veja - Agência DM9 (2010).

Ao observarmos o enunciado linguístico presente nesta propaganda, é perceptível que, inicialmente, se apresenta uma série de informações que o enunciatário do anúncio não poderia evitar em relação aos cuidados com a sua filha: “que ela tivesse medo de escuro, caísse de bicicleta, tivesse espinhas, fosse mal na escola, não soubesse qual faculdade escolher, chorasse por amor ou ficasse sem o colo do pai”. Ao final, por meio da utilização do “mas”, o enunciador quebra a sequência de afirmações dadas e declara que, apesar de não conseguir impedir tudo que fora

afirmado, poderá garantir a passagem por esses acontecimentos de modo mais seguro. É possível perceber, então, uma apresentação de pontos de vista nesse anúncio, em que predominam as ideias de “não impedir” e “garantir”.

A fim de constatar como se constroem os encadeamentos argumentativos, criamos um quadro para demonstrar o quadrado argumentativo, bem como os elementos normativos e transgressivos desencadeados pela quebra proporcionada pela conjunção “mas”. Os dados podem ser observados através do Quadro 1:

Quadro 1 – Quadrado argumentativo da propaganda do banco Itaú.

1 Não impedir DC Não garantir	2 Impedir DC Não Garantir
3 Impedir PT Não garantir	4 Não Impedir PT Garantir

Recíprocos: 1 e 2; 3 e 4.
 Conversos: 1 e 4; 2 e 3.
 Regras do bloco:
 Regra 1: Não impedir + não garantir.
 Aspecto normativo: Não impedir *donc* não garantir
 Aspecto transgressivo: Não impedir *pourtant* garantir
 Regra 2: Impedir + não garantir.
 Aspecto normativo: Impedir *donc* não garantir.
 Aspecto transgressivo: Não impedir *pourtant* garantir.

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

A partir desse bloco, conseguimos identificar elementos recíprocos, que são aqueles em que se utilizam os mesmos tipos de conectores, que seriam os encadeamentos 1 e 2 (por apresentarem DC) e 3 e 4 (já que apresentam PT). A primeira regra a ser expressa é a de que se o sujeito não pode impedir, também não pode garantir; do mesmo modo, no caso da transgressiva, o sujeito pode impedir e mesmo assim não garantir. A segunda regra expressa por esse enunciado é a de que o sujeito pode impedir e pode não garantir; já no caso da transgressiva dessa regra, o sujeito não pode impedir e mesmo assim pode garantir. A identificação do enunciador é com

esse último encadeamento, o número 4 (Não impedir PT garantir). Observemos, a seguir, as marcas linguísticas que nos conduzem a essa inferência.

O encadeamento “não impedir” está caracterizado na maior parte do enunciado, e, num contexto de ensino, é importante conduzir o aluno a essa percepção, levando-o a analisar os elementos repetidos e frisados fortemente nas quatro primeiras linhas do anúncio. Nesse trecho, elementos cotidianos são utilizados para reforçar essa ideia de “não impedir”, por exemplo, ao dizer que o enunciatário não conseguirá evitar o medo do escuro ou uma queda de bicicleta, que são fatos pelos quais todas as crianças inevitavelmente passarão na infância. Ainda, será impossível impedir o surgimento de espinhas ou as notas baixas na escola, temores que acompanham os pré-adolescentes. Da mesma forma, haverá dúvidas para a escolha de qual graduação cursar, bem como as primeiras decepções amorosas da adolescência. Por fim, a morte dos pais na fase adulta da vida. Todos esses acontecimentos, apesar de alguns serem banais e completamente conhecidos, são impossíveis de se controlar e, de algum modo, afetarão a vida da pessoa em questão. Assim, é pertinente que o aluno perceba, através de questões de compreensão ou de uma breve análise oral, antes das questões de análise linguística, que todos esses elementos estão ligados à ordem do “não impedir” porque são ações/atitudes que servem como argumentos internos para comprovar essa ideia.

Já na parte final do enunciado, é apresentado um novo encadeamento, o de “garantir”. A conjunção “mas” é responsável por introduzi-lo. Esse conector faz o elo entre o primeiro e o segundo argumento, afirmando que, mesmo que seja impossível evitar, há como garantir a passagem por esses episódios de uma forma mais segura e tranquila, por meio da aquisição de um seguro do banco. Esse último elemento é reforçado pelo quadro de texto da parte inferior, que indica uma maior tranquilidade para o enunciatário (já que utiliza a expressão você, indicando uma comunicação com seu interlocutor) e mais segurança para toda a família. Esse quadro de texto, quase despercebido na propaganda, reforça a garantia de segurança que se quer expressar.

Portanto, nessa propaganda, são percebidos dois encadeamentos: o primeiro pautado no argumento de não impedir, o segundo, no argumento de garantir. Os dois encadeamentos estão unidos por meio da conjunção “mas”, que, neste caso, proporciona um encadeamento do tipo transgressivo, visto que direciona a argumentação para uma fuga da regra expressa no enunciado. Por isso, o conector desta propaganda transmite uma ideia de oposição, de desvio da regra que é expressa pelo enunciado, pois, mesmo não impedindo, é possível garantir. Alguns autores poderiam mencionar que seria um reajuste ideia para persuadir o leitor, para que o leitor não pense em impedir, mas no que ele pode oferecer de conforto quando aparecem situações difíceis. Além da oposição, segundo Pauliukonis (2014), seria também uma possível ressalva.

Desse modo, o aluno deve fazer uma leitura completa e íntegra do enunciado e do texto/gênero publicitário em questão, percebendo as intenções do anúncio por meio de suas construções discursivas. Ao propor o primeiro argumento, é criada uma ideia de impotência, de desterro por não ser possível evitar acontecimentos corriqueiros e banais, que podem vir a provocar grandes problemas na vida cotidiana das pessoas. Entretanto, o segundo encadeamento surge como uma possibilidade de driblar todas as dificuldades e promover uma alternativa de escape (ao menos parcial) desses problemas. Se perceber essa linha de argumentação, o aluno conseguirá realizar uma interpretação profunda e clara do anúncio publicitário, a qual, mais que lhe permitir a compreensão do que está posto no enunciado, servirá para torná-lo um sujeito mais crítico e reflexivo sobre os textos de uma maneira geral e, principalmente, sobre o consumo consciente de bens e serviços.

Agora, observemos a segunda propaganda analisada, do banco Santander. Neste anúncio também pode ser constatado o conector “mas”, o qual, como nos propomos, é o foco da análise. A Figura 3 apresenta a publicidade estudada:

Figura 3 — Propaganda do banco Santander.

AGORA QUE SEU SALÁRIO É LIVRE, ESCOLHA NÃO SÓ SEU BANCO, MAS COMO QUER SE RELACIONAR COM ELE.

Agora no Santander, quem traz o salário para cá pode escolher como quer se relacionar com o banco. Antes, você já contava com a Conta e Cartão Santander Free, livres de tarifa mensal da conta e de tarifas e anuidade do cartão. Agora, chegou mais uma novidade: a Conta Light. Nela, quanto menos você usa o limite da conta, menor é a taxa de juros. Afinal, do cheque especial não dá para abusar.

NOVA CONTA LIGHT¹

- ✓ CHEQUE ESPECIAL COM TAXAS A PARTIR DE 4% A.M. PARA CLIENTES QUE RECEBEREM SEU SALÁRIO NO BANCO, OPTAREM PELA CONTA LIGHT E TIVEREM UM CARTÃO DE CRÉDITO SANTANDER INTERNACIONAL DESBLOQUEADO.
- ✓ SE ESTIVER UTILIZANDO MUITO DO SEU LIMITE DE CHEQUE ESPECIAL, VOCÊ PODE PARCELAR O SALDO DEVEDOR EM ATÉ 36X.

CONTA FREE

- ✓ CONTA-CORRENTE LIVRE DE TARIFA MENSAL² E CARTÃO SANTANDER FREE, LIVRE DE TARIFAS E ANUIDADE PARA SEMPRE³, USANDO PELO MENOS UMA VEZ POR MÊS NO BRASIL OU NO EXTERIOR.
- ✓ SANTANDER MASTER⁴: 10 DIAS SEM JUROS POR MÊS NO CHEQUE ESPECIAL.

O brasileiro está cada vez mais exigente e quer escolher. Aqui no Santander, você escolhe. Ligue para 4004-3535 (capitais e regiões metropolitanas) ou 0800-702-3535 (demais localidades) ou acesse santander.com.br/salariolivre para saber mais.

SAIBA MAIS SOBRE OS BENEFÍCIOS DE TRAZER SEU SALÁRIO PARA O SANTANDER.

Faça o download do leitor na primebi.com pelo celular, abra o aplicativo e fotografe este código.

Santander VALORIZANDO IDEIAS POR UMA VIDA MELHOR

www.santander.com.br

Fonte: Revista Veja - Agência Talent (2012).

Uma observação do enunciado que compõe este anúncio nos leva a perceber a afirmação, na parte superior, de que o sujeito tem seu salário livre e, por isso, pode escolher seu banco, bem como a forma como quer se relacionar com ele. Logo abaixo, o enunciado segue afirmando que, ao realizar a portabilidade do salário para o Santander, o cliente tem a opção de escolher qual conta está mais adequada ao seu consumo de crédito: se é a Conta *Free* ou a nova Conta *Light*. Na parte inferior, acima do logo do banco e do QR Code com mais informações, há um trecho afirmando que o brasileiro está cada vez mais exigente, então o banco oferece opções para que a pessoa escolha qual se encaixa no seu perfil de consumo, além de apresentar números de telefone e site para contato e mais informações.

Por isso, conseguimos perceber a construção de dois blocos semânticos neste anúncio. O primeiro, na proposição inicial de que o salário é livre, ideia que fica implícita pelo trecho “escolha não só seu banco”, o qual permite inferir que, por ter o salário livre, o indivíduo tem oportunidade de escolher o banco com o qual quer manter relacionamento. Por outro lado, o segundo bloco opera com a ideia de que, ao ter possibilidade de escolher, o cliente tem opções de como relacionar-se com a instituição, ideia operada a partir da construção “escolha *não só* seu banco, *mas* como quer se relacionar”. É importante, no contexto de ensino, levar o aluno a perceber, por meio dessa construção inicial, os sentidos operados, já que estes são fundamentais para a compreensão do sentido operado ao longo de todo o anúncio. Os dois blocos mencionados estão descritos no Quadro 2.

Quadro 2 – Blocos semânticos do anúncio do Santander.

BLOCO 1			
A		B	
Liberdade	DC	Escolha	
BLOCO 2			
A		B	
Escolher	DC	Relacionar-se	

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Analisemos minuciosamente a construção discursiva de cada bloco a fim de compreender melhor as suas argumentações. O primeiro bloco, observado no início do enunciado, começa com a afirmação de que “Agora que seu salário é livre, escolha [...]”, a partir da qual é possível pressupor que, em algum momento, o salário não tinha liberdade e, por conseguinte, não havia como escolher com qual banco manter relacionamento. À vista disso, a argumentação é estabelecida por meio de uma relação entre ter liberdade e, portanto, poder escolher, enquanto, do outro lado, o não ter liberdade e, portanto, não permitir escolher. A identificação do locutor é com a liberdade e a escolha, pelo fato de afirmar que, como agora o salário é livre, é permitido

escolher a instituição com a qual o sujeito assalariado quer se relacionar. Apesar de ser uma simples frase, ela opera uma argumentação importante dentro do anúncio, que está intimamente ligada ao segundo bloco semântico. Portanto, quando se pensa na transposição didática desse anúncio, é importante que o aluno consiga perceber essa construção, para entender a relação entre a liberdade de poder escolher a instituição e como se relacionar com ela.

Em seguida, é apresentado o segundo bloco, percebido por meio da construção “não só seu banco, mas como quer se relacionar”. Nesse caso, partindo da identificação com a possibilidade de escolher, criada no primeiro bloco semântico, o locutor do anúncio afirma que, além da escolha, é viável ter opções de como se relacionar com o banco escolhido. Desse modo, abre-se um novo bloco, a partir do qual é expressa a ideia de poder escolher e, portanto, conseguir se relacionar ou de não poder escolher e, assim, não conseguir se relacionar. Novamente, a identificação do enunciador é com o primeiro caso, visto que dá sequência à ideia de que é possível escolher, todavia amplia mais ainda essa ideia, quando afirma que, mais que simplesmente escolher, é possível escolher como será a relação com o banco Santander.

A ideia da possibilidade de relacionamento é fortificada pela sequência do texto, quando é dito que, ao realizar a portabilidade para o banco, o cliente tem como opção de escolha dois tipos de conta bancária: a conta *free*, na qual o cliente não tem tarifas mensais na conta e no cartão de crédito, que também é livre de anuidade (quando utilizado ao menos uma vez ao mês), além de ficar dez dias sem cobrança de juros todo o mês, caso caia no cheque especial; ou a nova conta *light*, com taxas baixas de cheque especial (se tiver um cartão internacional liberado), além da possibilidade de renegociação de dívidas do próprio cheque em até 36 vezes. Portanto, fica claro que o banco oferece possibilidades de relacionamento entre cliente e instituição, expressas pelos tipos de conta que disponibiliza aos clientes e pelos benefícios que podem ser utilizados dentro de cada uma delas, o que corrobora a ideia de que, podendo escolher, é possível se relacionar com a instituição.

Tudo isso é desencadeado a partir do uso do “mas”, que, ao contrário do anúncio anterior, não permite uma identificação com o elemento transgressivo à regra. Nesse caso, o conector é normativo pela construção que o antecede, que é a expressão “não só”, a qual direciona o sentido do conector para uma identificação com a regra. A partir dessa construção, o “mas” só pode ser compreendido no sentido de “também”, como se acrescentasse uma ideia no mesmo sentido daquela expressa pelo bloco anterior. Portanto, pela forma com que o enunciado foi construído, o conector adquire um sentido diferente do que comumente lhe é dado.

Desse modo, uma análise com base nesse aporte teórico permite que sejam reconhecidos elementos contextuais e expressivos que promovem a instituição e seus serviços. Ao observar e reconhecer os blocos criados, o aluno será capaz de perceber como o banco trabalha com as ideias de liberdade (que foi adquirida) para poder escolher e que, além disso, ele permite possibilidades de relacionamento entre a instituição e o cliente. Esse esquema de argumentação coloca o cliente em destaque, tornando a sua vontade, seus desejos e intenções financeiras o foco de atuação do banco, ideia que é reforçada ainda mais pelo trecho final do anúncio, quando é exposto que o brasileiro é exigente, mas que no Santander “você escolhe!”. Quando conseguir realizar uma leitura completa e profunda, o aluno adquirirá maior competência leitora, percebendo de que maneira se dá a construção do enunciado publicitário e suas intenções com base na escolha linguística realizada.

Assim, é importante que o professor considere um estudo desse tipo em sala de aula, com vistas a fazer o aluno perceber como ocorre a construção de sentido no texto e, ademais, nos elementos linguísticos, a partir da forma com que eles se organizam no enunciado. Considerando o conector a que nos propomos analisar, é possível inferir que a depender da construção do enunciado, diferentes sentidos podem ser expressos por ele. No primeiro caso analisado, o uso do “mas” está em consonância com a proposta da gramática tradicional, em que o sentido será adversativo, expressando uma ideia de contrariedade, de oposição ao que é afirmado anteriormente, gerando, portanto, uma transgressão. Entretanto, no segundo caso, o mesmo conector

(graficamente utilizado de forma idêntica ao caso anterior) adquire um sentido distinto, que é construído através da organização dos demais elementos linguísticos do enunciado, por exemplo, através da expressão “não só”.

Dessarte, não fornecer aos alunos uma análise como essa é o mesmo que ignorar a capacidade de interpretação do sentido do texto e da análise linguística de estruturas tão importantes para a produção textual: os conectores linguísticos. Por isso, nos parece que utilizar uma abordagem como a da ADL é benéfica em termos de leitura e escrita, visto que, ao perceber as construções linguísticas que criam sentidos/argumentações no enunciado, elas podem ser replicadas posteriormente na escrita, melhorando a forma de expressão dos educandos.

5 Considerações finais

Este estudo privilegiou a análise dos diferentes sentidos que podem ser percebidos a partir do uso do conector “mas”, sob o viés da TBS. Para tanto, foram utilizados dois anúncios publicitários, de diferentes instituições bancárias brasileiras, de modo a perceber como, por meio das construções linguísticas do enunciado de cada anúncio, foi gerado o sentido desse conector.

Dessa forma, foi possível notar que o sentido expresso pelo conector foi distinto em cada caso. Na primeira análise, foi possível inferir que o conector “mas” apresentava uma ideia de oposição, de contrariedade, visto que conduzia o sentido do enunciado para uma identificação com a transgressão da regra. Por outro lado, no segundo caso, o sentido era de identificação, de complementação ao sentido expresso pelo enunciado, conduzindo o sentido à normatividade, à conformidade com a regra expressa anteriormente.

Por isso, esses resultados nos apresentam uma nova perspectiva sobre a forma com que se constrói o sentido expresso pelo conector e como isso deve ser trabalhado na Educação Básica. Conseqüentemente, nos direcionam a uma nova abordagem do texto, que é tratado como unidade de sentido e no qual o sentido se constrói a partir

das escolhas e disposição dos elementos dentro dele. Sendo assim, levar o aluno a refletir desse modo sobre o texto é essencial para que, primeiro, se rompa com a visão tradicional da abordagem dos conectores e, em segundo lugar, ocorra um trabalho eficaz e significativo com o sentido dentro do texto. Essa análise fica ainda mais potencializada quando realizada no enunciado de anúncios publicitários, pois é possível observar claramente como o sentido se organiza de maneira a promover a aquisição do bem ou serviço que é ofertado.

Portanto, a ADL, sobretudo quando se utilizam os conceitos da TBS, pode ser uma alternativa eficiente para perceber como se dá a construção de significados dentro de um texto, a partir da composição dos blocos semânticos. No que tange aos conectores, é nítida a profundidade da análise em relação a como se constrói seu sentido por meio do aporte dessa teoria, haja vista que, sem utilizar conceitos teóricos quando da transposição para o ambiente escolar, é possível levar o aluno a refletir e analisar sobre o sentido de cada conector, percebendo o seu sentido e a sua relação com os demais elementos que compõem o enunciado.

Referências

BARBISAN, L. B.; TEIXEIRA, M. Polifonia: origem e evolução do conceito em Oswald Ducrot. **Organon**, Porto Alegre, v. 16, n. 32-33, p. 161-180, 2002. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/organon/article/view/29792/18411>. Acesso em: 25 mar. 2022. DOI <https://doi.org/10.22456/2238-8915.29792>

CAREL, M. Argumentação interna aos enunciados. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 37, n. 3, p. 27-43, set. 2002. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/14222/9432>. Acesso em: 25 mar. 2022.

CAREL, M. O que é argumentar? **Desenredo**, Passo Fundo, v. 1, n. 2, p. 77-84, jul./dez. 2005. Disponível em: <http://seer.upf.br/index.php/rd/article/view/488/299>. Acesso em: 25 mar. 2022.

CAREL, M. Análise argumentativa do léxico: o exemplo da palavra ‘medo’. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 44, n. 1, p. 26-35, jan./mar. 2009. Disponível em:

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/5649/4117>. Acesso em: 25 mar. 2022.

DUCROT, O. A pragmática e o estudo semântico da língua. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 40, n. 1, p. 9-21, mar. 2005. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/13721/9105>. Acesso em: 25 mar. 2022.

DUCROT, O.; CAREL, M. Descrição argumentativa e descrição polifônica: o caso da negação. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 43, n. 1, p. 7-18, jan./mar. 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/2865/2804>. Acesso em: 25 mar. 2022.

GRAEFF, T. F.; COSTENARO, S. Análise de mal-entendidos em diálogos. **Calidoscópio**, São Leopoldo, v. 7, n. 2, p. 155-160, maio/ago. 2009. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/4867/2123>. Acesso em: 25 mar. 2022. DOI <https://doi.org/10.4013/cld.2009.72.07>

MORAES, G. B. **Pero, sino e sin embargo**: duas descrições e implicações pedagógicas. Passo Fundo: UPF Editora, 2008.

PAULIUKONIS, M. A. L. Conectores de oposição: reflexões e propostas para o ensino. **Gragoatá**, Niterói, v. 19, n. 36, p. 28-42, 2014. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/gragoata/article/view/32982/18969>. Acesso em: 25 mar. 2022. DOI <https://doi.org/10.22409/gragoata.v19i36.32982>

VEJA. Seguro Itaú Vida. **Revista Veja** [recurso eletrônico]. Agência DM9. São Paulo, 2010. Disponível em: <https://quasepublicitarios.wordpress.com/tag/comunicacao/page/11/>. Acesso em: 25 mar. 2022.

VEJA. Agora que seu salário é livre, escolha não só seu banco, mas como quer se relacionar com ele. **Revista Veja** [recurso eletrônico]. Agência Talent. São Paulo, 2012. Disponível em: <https://www.propagandasemrevistas.com.br/desafiocodigo.com.br/propaganda/6724/>. Acesso em: 25 mar. 2022.

VOGT, C. De *magis* a *mas*: uma hipótese semântica. In: VOGT, C. **Linguagem, pragmática e ideologia**. São Paulo: Funcamp, 1980. p. 103-128.