

A expressão da contra(dis)junção no texto publicitário Implicações semântico-discursivas

Rosane Santos Mauro Monnerat
Universidade Federal Fluminense

ABSTRACT: Considering the semantic notion of connection (Van Dijk, 1977) and the seven standards of textuality (Beaugrande, Dressler, 1981) as fundamental topics for the construction of propositions, this article - based on advertising texts taken from written media - analyzes junction mechanisms, specially contrajunction and disjunction, under Ducrot's argumentative macrosyntax (1977) and Charaudeau's semiolinguistic logic relations (1992). In the study of contrajunction, it deals with the SN "but" (rectifying pragmatic value), and PA "but" (stricto sensu argumentative but), both under a polyphonic description. In relation to disjunction, the study will be developed not only in terms of inclusive "or" and exclusive "or", but also in terms of argumentative and logic disjunction.

RESUMO: Considerando-se a noção semântica de conexão (Van Dijk, 1977) e os fatores de textualidade (Beaugrande e Dressler, 1981) como elementos fundamentais para a construção da "tessitura" dos enunciados, pretende-se analisar os mecanismos de junção, especialmente a contrajunção e a disjunção, apoiando-se, também, na macrossintaxe argumentativa de Ducrot (1977) e no estudo semiolinguístico das relações lógicas (Charaudeau, 1992). A pesquisa, desenvolvida em função da análise de textos publicitários extraídos da mídia impressa, privilegiará, no estudo da contrajunção, o conector mas, destacando a diferença entre o mas SN, que tem valor pragmático de retificação e o mas PA, o mas argumentativo em sentido estrito e que, como o primeiro, permite uma descrição polifônica. Em relação à disjunção, o estudo

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

recairá sobre o ou inclusivo e sobre o ou exclusivo, levando-se, ainda, em consideração a diferença entre a disjunção argumentativa e a disjunção lógica.

KEYWORDS: *Textuality, Contrajunction, Disjunction,*

PALAVRAS-CHAVE: *Textualidade, Contrajunção, Disjunção*

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Este trabalho apresenta os resultados parciais do projeto de pesquisa *Estudo das relações interfrásticas na construção do texto publicitário – Implicações semântico-discursivas*, realizado na Universidade Federal Fluminense (UFF).

No estudo das relações interfrásticas, analisa, dentre os mecanismos de *junção*, o recorte *contra(dis)junção*, apoiando-se na Macrossintaxe Argumentativa (Ducrot, 1977) e no Estudo Semiolinguístico das Relações Lógicas, segundo a ótica de Charaudeau (1992). Em relação à *contrajunção*, privilegia o conector *mas*, destacando a diferença entre o *mas* PA e o *mas* SN, ambos polifônicos; já com referência à *disjunção*, o foco de estudo recairá sobre o *ou inclusivo* e o *ou exclusivo*, destacando-se, ainda, a diferença entre a *disjunção lógica* e a *argumentativa*, para revelar os efeitos semântico-discursivos que se depreendem desses enunciados e que contribuem para a construção da mensagem de sedução/persuasão do discurso publicitário.

INTRODUÇÃO

Chama-se *textualidade* ao conjunto de características que fazem com que uma seqüência de frases seja um texto e não apenas um aglomerado de sentenças. Beaugrande e Dressler (1981) apontam sete fatores responsáveis pela textualidade de um enunciado qualquer: a *coerência* e a *coesão*, relacionadas ao material conceitual e linguístico do texto, a *intencionalidade* e a *aceitabilidade*, fatores relacionados aos interlocutores da mensagem e a *situcionalidade*, a *informatividade* e a *inter-*

textualidade, que têm a ver com os fatores pragmáticos envolvidos no processo de comunicação.

A coesão e a coerência dizem respeito ao mecanismo de *conexão*, já que a primeira corresponde à conexão sequencial e a segunda, à conexão conceitual-cognitiva. A coesão refere-se ao modo como os elementos **lingüísticos** da superfície textual se encontram relacionados numa seqüência linear e a coerência, ao modo como os componentes do universo textual – conceitos e relações subjacentes ao texto de superfície – se unem, numa configuração, de modo acessível:

Como em muitos outros domínios, a **coesão** da superfície textual depende da pressuposta coerência do mundo textual. Um claro recurso para assinalar as relações entre eventos ou situações é a **JUNÇÃO**, ou seja, o uso de **expressões juntivas** (na gramática tradicional todas indiscriminadamente chamadas de conjunções) [Beaugrande e Dressler, 1981, p. 71]¹

Chamam, então, de *junção* os vários processos de seqüencialização que expressam os diferentes tipos de interdependência semântica das frases. Os conectores interfrásticos e as pausas são os elementos lingüísticos que exprimem a *junção*. Para esses autores, pelo menos, quatro grandes classes podem ser estabelecidas: a *conjunção* (liga elementos com o mesmo *status*, ambos verdadeiros no mundo textual), a *disjunção* (liga elementos com *status* alternativo, ou seja, dois elementos dos quais só um pode ser verdadeiro no mundo textual²), a *contra-junção* (liga elementos que, tendo o mesmo *status*, parecem incompatíveis no mundo textual) e a *subordinação* (liga elementos em que o *status* de um depende do *status* do outro: condição/acontecimento, causa/efeito etc., esta última correspondendo a uma categorização bastante ampla, que parece englobar as relações (lógicas) de implicação, isto é, a condicionalidade em sentido lato, que inclui a causalidade e a finalidade.

¹ *As in many other domains, the **cohesion** of the surface text rests on the presupposed **coherence** of the textual world. A clear device for signalling the relationships among events or situations is **JUNCTION**, the use of **junctive expressions** (in traditional grammars rather indiscriminately all called "conjunctions").*

² Consideram, portanto, só a *disjunção exclusiva*.

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

Podemos, portanto, dizer que a *conexão* é uma noção semântica e sentenças ou seqüências de sentenças podem expressar essa relação entre proposições, através de conectivos de várias categorias sintáticas (conjunções, advérbios etc.) Orações são “conectadas” entre si se os fatos por elas denotados estão relacionados a mundos relacionados. A similaridade entre mundos e fatos deve ser especificada a partir de um certo *ponto de vista*, ou *tópico de conversação*, cuja noção, com respeito à similaridade de mundos e fatos, deve ser determinada não apenas por propriedades semânticas, mas também pragmáticas, ou seja, as sentenças são conectadas (ou não) por falante e ouvinte num contexto particular de comunicação (Van Dijk, 1977, p. 45).

A *contrajunção* e a *disjunção*, como mecanismos de *conexão* interfrástica, recobrem uma área sintático-semântica de interesse para os estudos de Análise do Discurso.

OS MECANISMOS DE CONTRAJUNÇÃO

A macrossintaxe argumentativa

Ducrot, em sua semântica da enunciação, dando continuidade às idéias de Bally (1944), procura mostrar que, dentro do que a Gramática Tradicional considera como coordenação e subordinação, podemos identificar relações diferentes quanto à natureza e à organização dos enunciados.

Assim, é possível distinguir dois tipos básicos de elementos de conexão interfrástica: os *conectores de tipo lógico* e os *encadeadores de tipo discursivo*.

A função dos *conectores lógicos* é apontar o tipo de relação lógica que o locutor estabelece entre o conteúdo de duas proposições. Nesse caso, trata-se de um único enunciado, resultante de um ato de fala único, já que nenhuma das proposições constitui objeto de um ato de enunciação compreensível independentemente da outra, ou seja, as duas orações estão ligadas num único ato de enunciação, correspondente a

uma única intenção - é um caso de *subordinação semântica*. Trata-se do que Ducrot considera *frases ligadas*³.

As *relações do tipo lógico* são classificadas, em nossas gramáticas, umas como relações de coordenação (por exemplo as disjuntivas), outras, como de subordinação (por exemplo, a condicionalidade, a causalidade). Sabemos da inadequação dessas noções. Primeiro, por se tratar de conceitos estritamente sintáticos (pouco sensíveis a uma abordagem discursiva); segundo, por serem discutíveis do ponto de vista semântico e por se mostrarem inutilizáveis do ponto de vista pragmático.

Os *encadeadores discursivos*, por sua vez, caracterizam o que Ducrot chama de *coordenação semântica*. São responsáveis pela estruturação de enunciados em textos, por meio de encadeamentos sucessivos, cada um dos enunciados resultante de um ato de fala diferente. O que se afirma não é a relação do tipo lógico existente entre o que é assegurado por duas proposições; produzem-se, isto sim, dois ou mais enunciados distintos, encadeando-se o segundo sobre o primeiro, considerado tema.

As *relações do tipo discursivo*, também chamadas de *pragmáticas, argumentativas, retóricas* ou *ideológicas* são marcadas, portanto, por encadeamentos sucessivos de enunciados, cada um dos quais resultante de um ato de linguagem particular. Geralmente esse encadeamento é feito através dos *operadores argumentativos*, como os de *conjunção*, os de *justificativa*, os de *conclusão*, de *comparação*, operadores que introduzem *conteúdos pressupostos*, operadores de *correção/redefinição* e, os que nos interessam nessa pesquisa, *os operadores de contrajunção e os de disjunção argumentativa*.

Os *operadores de contrajunção* contrapõem argumentos orientados para conclusões contrárias. Essa relação sintática é expressa por conectores que pertencem à área semântica de *oposição*, como *mas, porém, todavia, entretanto, no entanto, não obstante, embora, ainda que, mesmo que, apesar de, se bem que* etc., cujo conteúdo se opõe a algo explícito ou implícito em enunciados anteriores. Na *contrajunção*, articulam-se enunciados de orientações discursivas diferentes, devendo prevalecer a do enunciado introduzido pelo operador *mas (porém, todavia, contudo* etc.). No caso de se utilizar o operador *embora (ainda*

³ Ducrot baseia-se no conceito de *frases ligadas* de Bally (1944:71-75)

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

que, mesmo que, apesar de (que) etc.), prevalece a orientação argumentativa do enunciado não introduzido por esse operador:

(1) “Pequeno, mas com a energia de um grande campeão. Novo PEDIGREE Pequenos Campeões.” (CLÁUDIA, março de 1999)

(2) “P O O L Sushi, saimi, yakisoba. **Mesmo que** não seja sua comida preferida, lembre-se: gatas adoram peixe.” *Pool* (ÉPOCA, 02 - 11 - 98)

Em (1), o conteúdo do primeiro membro, articulado ao segundo pelo *mas*, implica uma terceira asserção implícita, conclusão espontânea da 1ª (“se é pequeno, seria de se supor que não tivesse a energia de um grande campeão”) e que deverá negar o conteúdo da 2ª asserção. O *mas* ocorre sempre em enunciados factuais. Havendo um encaminhamento argumentativo contrário ao da oração anterior, frustra-se a expectativa do destinatário.

Em (2), há uma situação inesperada, ou não desejada pelo locutor. É o que Schnedecker (1992, p. 80), muito propriamente, chama de “pseudo generosidade”, uma vez que “conceder” consiste em retomar o argumento do adversário, *reconhecer que ele pode ter razão* (desta forma ficará mais disposto a escutar o locutor) para manifestar, em seguida, sua oposição. A articulação sintática de oposição que utiliza a subordinação concessiva tem, pois, um efeito de *modalização*, já que prepara, com antecedência, o destinatário para uma conclusão contrária à inicialmente esperada. Quando situada no início da argumentação, a concessão é uma estratégia “preventiva”. O locutor estabelece uma espécie de “convivência argumentativa”, resguardando-se contra objeções fortes, ou poupando a face do outro.

Uma diferença fundamental entre as proposições introduzidas por *mas* e as por *embora* é que, com as primeiras, só é possível a ordem *p, mas q* e nunca *mas q, p* e, com as segundas, é possível a ordem *A, embora B* e *Embora B, A*, caso em que se anuncia com antecedência que o argumento se manterá. Segundo Guimarães (1987, p. 109-122), a diferença de emprego entre esses conectores pode ser explicada em termos de *estratégias de relação* utilizadas pelo locutor, como a da *antecipação* e a do *suspense*. No caso do *mas*, o locutor emprega a *estratégia do suspense*, segundo a qual faz com que venha à mente do interlocutor a conclusão *R*, para depois introduzir o argumento (ou con-

junto de argumentos) que irá levar à conclusão $\sim R$. No caso do *embora*, o locutor utiliza a *estratégia da antecipação*, isto é, anuncia, de antemão, que o argumento introduzido pela concessiva vai ser anulado. A argumentação concessiva veicula pressuposições.

O *mas* que aparece em (1) é o chamado *mas PA* (equivalente ao alemão *aber* e ao espanhol *pero*), o *mas* argumentativo em sentido estrito, que permite uma descrição polifônica. Há, no entanto, um segundo tipo de *mas*, o *mas SN* (correspondente ao alemão *sondern* e ao espanhol *sino*), que possui valor pragmático de *retificação*, ou ainda de justificação de uma recusa de *p*. Segue sempre uma proposição negativa (negativa *p MAS q*), pode ser substituído por *ao contrário* e, da mesma forma que o *mas PA*, permite uma descrição polifônica:

(3) “Ela ainda não sabe falar. **Mas** sabe sentir.” *Mon bijou* (CLÁUDIA, novembro de 1998)

(4) “Compre batom, Compre batom, Compre batom, Compre batom. Não é de chocolate, **mas** seu garoto vai adorar” *Claude Bergère* (CLÁUDIA, maio de 1993)

Os conectores na semiolinguística

Charaudeau (1992) assinala que os procedimentos linguísticos de articulação lógica são categorias da língua que refletem a organização argumentativa da linguagem, embora estas, como também outras categorias da língua, possam ser colocadas a serviço de outros modos de organização do discurso.

Por *operação lógica*, entende-se a operação que liga duas asserções sobre o mundo, de tal modo que a existência de uma dependa da existência da outra e inversamente. Essas duas asserções são unidas por um laço conceitual (e não formal), resultante de operações de pensamento que constroem as relações de sentido entre seres, propriedades e ações, daí essa relação ser chamada *lógica*.

Existem três níveis de construção das relações lógicas:

- *cognitivo*: onde se constroem os arquétipos lógico-linguísticos;
- *linguístico*: em que a relação é especificada pelo sentido das marcas formais;

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

- *discursivo*: em que o contexto e a situação de comunicação integram essa relação num *dispositivo argumentativo*, já que para Charaudeau a argumentação faz parte do discurso e não da língua.

A configuração lingüística das relações lógicas se faz através de *marcas formais*: **palavras gramaticais**, **palavras do léxico** e certas **construções particulares**.

São propostas cinco *categorias lógico-lingüísticas*, como arquétipos submetidos a certas condições de realização semântica: a **conjunção**, a **disjunção**, a **restrição**, a **oposição** e a **causalidade**, esta última agrupando as subcategorias: *implicação*, *explicação* e *hipótese*.

A relação lógica de restrição

A restrição engloba as categorias que a gramática tradicional trata como adversativas e concessivas, além de corresponder ao mecanismo sintático-semântico da *contrajunção*.

A operação de *restrição* envolve três asserções (duas com um elemento constitutivo comum), a saber: a *asserção de base* e a *asserção restritiva* e a terceira asserção, geralmente implícita.

As duas asserções são ligadas de maneira que uma delas, geralmente a segunda, nega a asserção (freqüentemente implícita) que poderia ser uma das conseqüências da outra asserção, considerada *asserção de base* (cf. exemplo 1).

A marca principal para exprimir essa relação é o *mas*, que se coloca entre as duas asserções. No entanto, há outros relatores que se caracterizam por seu valor semântico, como as “modalidades”, que indicam sentimentos do falante. É o caso, por exemplo, do advérbio *infelizmente* e ainda de outros, esvaziados de seu conteúdo temporal, como *já*, ou *agora*:

(5) “Para você, a tecnologia HP Photoret é uma nova era. **Já** para a concorrência é o apocalipse.” *Hewlett Packard* (ISTO É, 21 - 04 - 99)

(6) “Você vai ficar charmoso e elegante. **Agora**, bonito é por sua conta.” *Mitsubishi* (JORNAL DO BRASIL, 06 - 06 - 99)

OS MECANISMOS DE *DISJUNÇÃO*

A disjunção pode apresentar-se como disjunção argumentativa, ou como disjunção lógica.

A disjunção argumentativa

Trata-se da disjunção de enunciados resultantes de dois atos de fala distintos, em que o segundo procura provocar o leitor/ouvinte para levá-lo a modificar sua opinião ou, simplesmente, a aceitar a opinião expressa no primeiro, e não da disjunção lógica entre o conteúdo de duas proposições:

(7) “Na sua lista de presentes, não esqueça de incluir um lindo vaso. **Ou** você não pretende continuar ganhando flores?” *H Stern Presentes* (CLÁUDIA, maio de 1999)

(8) “Para um investimento seguro assine com a Globo. **Ou** você prefere assinar um contrato de risco?” (ÉPOCA, 07-06-99)

A disjunção do tipo lógico

Os operadores de *disjunção lógica* introduzem argumentos alternativos que levam à mesma conclusão⁴: *ou, ou então, quer...quer, seja...seja* etc.

Como se sabe, os lógicos propõem uma distinção entre *disjunção exclusiva* e *disjunção inclusiva*. Esta admite três interpretações, de acordo com a verdade de cada uma das asserções postas em presença: a primeira é verdadeira, a segunda é falsa / a primeira é falsa, a segunda é verdadeira / a primeira é verdadeira, a segunda é verdadeira; aquela admite duas interpretações: a primeira é verdadeira, a segunda é falsa / a primeira é falsa, a segunda é verdadeira.

A distinção, tal como é proposta pelos lógicos, não pode ser aplicada à linguagem, já que esta é estudada em seu funcionamento real de

⁴ Em “(ou) A ou B”, há uma terceira asserção (geralmente implícita) com uma adversativa: “mas C”. A e B podem ser mutuamente exclusivos, mas orientam-se ambos, argumentativamente, para C, ou para uma conclusão apoiada em C: “Entre *ou* saia, *mas* não fique aí parado na porta”.

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

comunicação⁵. Propõe-se distinguir dois tipos de disjunção, segundo as asserções em presença sejam afirmadas ou negadas.

A operação lógica da disjunção designa, portanto, o tipo de junção que articula seqüencialmente frases que exprimem conteúdos alternativos. Combina proposições por meio do operador *ou*, que pode ser **inclusivo**, correspondendo ao latim *vel*, e significando *um e outro, possivelmente ambos* (= e/ou), ou **exclusivo**, quando corresponde ao latim *aut*, excluindo necessariamente a verdade de uma das proposições, em proveito da verdade da outra.

A *disjunção inclusiva* só é verdadeira se uma das proposições, ou ambas, forem verdadeiras ($p \vee q$). Emprega-se nos casos em que os fatos são apresentados como compatíveis. Trata-se de uma asserção em que, pelo menos, um item de uma série foi, ou pode ser realizado:

(9) “Viver **ou** sonhar? Viver e sonhar.” *Casa Cláudia* (VEJA RIO, 17 - 05 99)

(10) “*Peugeot 405*. Mais barato **ou** mais carro? (JORNAL DO BRASIL 10- 11- 98)

(11) “O que você prefere: o verde **ou** a praia? Em Itaipu, fique com os dois” *Patrimóvel* (O GLOBO, 15-11-98)

O alocutário interpreta a pergunta como uma série de alternativas compatíveis. Esse sentido é explicado pela expressão *e/ou*.

A *disjunção exclusiva* indica que somente uma das proposições é verdadeira, nunca ambas ($p \neq q$). Os fatos devem existir em mundos diferentes, podem ser similares, no sentido de que são “alternativas” (daí a nomenclatura da Gramática Tradicional) com relação ao mesmo “tópico de conversação”:

(12) Irei ao cinema **ou** à casa de minha tia.

(13) Você vai viajar de avião **ou** de navio?

Segundo Van Dijk (1977, p. 64), a exclusão pode ser *acidental* ou *necessária*. Essa última é baseada na inconsistência conceptual ou

⁵ Não se pode explicar o comportamento discursivo de um conector como *ou...ou*, com base em operações lógicas. Uma seqüência absurda como “*Ou* São Paulo é o maior parque industrial da América Latina, *ou* Fernando Henrique Cardoso é o presidente da Argentina” é logicamente perfeita, já que a primeira proposição é verdadeira e a segunda é falsa, entretanto, o enunciado em questão é inaceitável, pois não atende a uma condição discursiva elementar: a de que pelo menos um elemento de cada uma das asserções seja SEMANTICAMENTE IDÊNTICO a um dos da outra.

lógica, ou seja, referindo-me a (13), é impossível viajar de avião ou navio simultaneamente. O mesmo aplica-se a propriedades contraditórias. A exclusão *acidental*, por sua vez, baseia-se em intenções incompatíveis, com respeito a ações, mas apenas durante um certo período de tempo, como ocorre em (12): durante à tarde, por exemplo, “eu posso ir ao cinema e à casa de minha tia”, contanto que o faça em diferentes períodos de tempo. A exclusão, portanto, deve ser interpretada em relação ao mesmo ponto na linha de tempo.

Tanto a *disjunção inclusiva*, quanto a *exclusiva* têm em comum o fato de que, para serem verdadeiras, exigem que pelo menos um de seus termos o seja (isto é, são falsas quando ambos são falsos). A diferença reside em que a *inclusiva* admite (inclui) a verdade de ambas, enquanto a *exclusiva* não admite (exclui).

Nos exemplos apresentados até agora (em relação à disjunção lógica), a ordenação das orações é livre, ou melhor, a disjunção é *comutativa*. No entanto, há um tipo de disjunção que tem a mesma estrutura assimétrica das condicionais:

(14) “**Ou** você dá *Keds*. **Ou** ela troca de par.” (CARAS, 04-06-99)

Com efeito, (14) pode ser parafraseada com uma condicional e a negação: “Se você não der *Keds*, ela troca de par”. Assim, a interpretação do *ou assimétrico* baseia-se no fato de que o conseqüente é dependente da negação do antecedente.

Vale observar, ainda, que há casos de disjunção em que os fatos propriamente ditos podem ser desconhecidos, devendo ser inferidos a partir de outra informação, como ocorre em:

(15) Pedro está em casa, **ou** as luzes não estariam acesas. (A leitura desse enunciado permite chegar a duas conclusões inferidas das evidências apresentadas):

- (a) Pedro está em casa para acender as luzes,
- (b) ou alguém acendeu as luzes

Sweetser (1990, p. 94) considera *epistêmico* o emprego de *ou*, em frases como (15). A compreensão do enunciado envolve a noção de “conhecimento de mundo partilhado”, isto é, a noção de *tópico de conversação*, ou *tópico de discurso* necessária para a conexão de sentenças:

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

enquanto um dos elementos disjuntos deve ser verdadeiro (em algum mundo atual, ou pretendido), ambos disjuntos devem estar conectados com o mesmo *tópico de conversação* (Van Dijk, 1977, p. 66).

A disjunção na ótica de Charaudeau

A *disjunção* não é focalizada pela tradição gramatical. Fala-se na conjunção *ou*, incluindo-a entre as coordenativas, para expressar alternância. No entanto, a disjunção é uma relação que possui características próprias.

Para que a disjunção ocorra, são necessárias certas condições discursivas. Como na *conjunção*, é preciso que haja duas asserções e que, pelo menos, um elemento de uma das asserções seja semanticamente idêntico a um dos da outra. Esses elementos podem ser ações, características, ou seres. Pressupõe a existência de uma asserção genérica (geralmente implícita e suscetível de ser introduzida por uma adversativa) que constitui um eixo semântico sobre o qual se encontram os termos disjuntos, os quais devem pertencer ao mesmo domínio semântico (que corresponde à asserção genérica, pressuposta em toda a operação da disjunção) e devem-se apresentar numa relação de oposição paradigmática. O eixo semântico sobre o qual se dá a oposição pode ser de natureza lexical, cotextual, ou contextual.

O sujeito falante ignora a seleção a operar, ou seja, o enunciador deve ignorar alguma informação, ignorância essa que pode manifestar-se lingüisticamente, através do emprego da interrogação (direta, ou indireta), do imperativo, de uma construção hipotética, ou de construções com valor declarativo, que exprimem alternância no tempo:

(16) “Foi o pão que diminuiu **ou** a salsicha que cresceu?” Longuete Salsicha Seara (CLÁUDIA, outubro de 1998)

(17) Eu me pergunto se foi o pão que diminuiu **ou** a salsicha que cresceu.

(18) “Me ame **ou** me odeie. Mais ou menos é que incomoda” *Free* (VEJA, 25-11-98)

(19) Quer você queira **ou** não, vai ser assim.

(20) Por uma razão **ou** por outra, eu espero um sim **ou** um não.

A terceira asserção, geralmente implícita e que pode ser explicitada através do relator *mas*, corresponde ao argumento mais forte, exercendo papel secundário a parte explícita do enunciado. Por exemplo, em (18) “Me ame **ou** me odeie” (MAS exprima algum sentimento, a indiferença é que me incomoda).

São conectores que marcam a disjunção:

ou (hierarquia entre os elementos):

(21) “Agora **ou** nunca”. *Toque a campainha* (JORNAL DO BRASIL, 09-11-98)

ou...ou (efeito de focalização sucessiva, autonomização dos elementos):

(22) “Caspa. **Ou** você encara o problema de frente. **Ou** carrega o problema nas costas” *Triatop Johnson* (VEJA, 28-11-98)

Para exprimir a disjunção sem hierarquia, têm-se as marcas *seja...seja, ora...ora, por vezes...por vezes, quer...quer*.

Os relatores *ou...ou* e *seja...seja* podem ter um valor **nocional** e **pontual** (unicidade), ou um valor **temporal** e **iterativo**, ao passo que *ora...ora* e *às vezes...às vezes* têm apenas um valor **temporal, iterativo** (repetição no tempo), com uma pequena diferença de sentido entre *ora...ora* (menos episódico) e *às vezes...às vezes* (mais episódico):

(23) O trabalho será feito **ou (seja)** por mim **ou (seja)** por meu colega.

Significa que ele será feito em bloco (por mim ou por meu colega) - unicidade.

Já em:

(24) O trabalho será feito **ora** por mim **ora** por meu colega.

Isso quer dizer que, em certos momentos, será feito por mim e, em outros, por meu colega.

(25) **Ou** ele ri, **ou** ele chora.

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

Tem valor *nocional* e *pontual*, significando que “ele reage rindo, ou chorando”, ou um valor *temporal* e *iterativo*, quando o significado é “em certos momentos ele ri, em certos momentos ele chora”.

(26) **Ora** (Às vezes) ele ri, **ora** (às vezes) ele chora.

Só pode ter um valor temporal e iterativo com uma diferença entre *ora* (menos episódico) e *às vezes* (mais episódico).

O relator *quer...quer* tem um valor concessivo-condicional:

(27) Irei **quer** queira, **quer** não.

Esse enunciado corresponde a irei *se* você quiser *ou/e mesmo que* você não queira.

Para Charaudeau (1992, p. 799), o emprego de *ou...ou* insere-se num raciocínio dedutivo ou explicativo, que coloca em oposição duas relações argumentativas, deixando a possibilidade de escolher entre as duas, ou mostrar a incompatibilidade que resultaria da conjunção das mesmas.

Pode referir-se:

- a uma simples incompatibilidade:

(28) “Celulite. **Ou** você cuida. **Ou** esquece...” Ana Pegova (CARAS, 04-06-99)

- a uma escolha entre positivo e negativo:

(29) “**Ou** você tem **ou** não tem”. Chivas Regal scotch (VEJA, 21-11-98)

- a uma escolha entre duas negativas (*dilema negativo*):

(30) **Ou** reduzimos seu salário, **ou** você aumenta sua carga horária de trabalho.

- a uma escolha entre dois positivos (*dilema positivo*):

(31) **Ou** aumentamos seu salário e você passa a ganhar mais, **ou** reduzimos sua carga horária e você disporá de mais tempo livre.

O valor positivo ou negativo da “escolha” dependerá, evidentemente, do ponto de vista dos interlocutores. Na propaganda comercial, por exemplo, propõe-se sempre uma escolha entre *positivo* e *negativo*: “Compre seu carro novo agora, *ou* pagará mais caro com a nova tarifa”.

o que equivale a dizer: “se você comprar agora, terá benefícios, o que não ocorrerá se deixar para depois”.

Segundo Charaudeau, a operação lógico-semântica da disjunção, em construção afirmativa, é sempre exclusiva. A exemplificação do autor dá a entender que o mesmo ocorre em enunciados interrogativos. Um desses exemplos é a sugestão de um *menu*: “queijo *ou* sobremesa”, segundo a qual só se poderia escolher um ou outro, nunca ambos. Não existiria, nessa situação, a possibilidade de uma terceira interpretação. A princípio, essa posição pareceu-nos questionável, já que, nesse caso, dependendo das circunstâncias, a pessoa poderia pedir os dois: “queijo e sobremesa”. Fávero (1992, p. 55) parece ser da mesma opinião, quando apresenta o seguinte diálogo:

- “- Quer sorvete *ou* chocolate?
- Quero os dois, em que o alocutário interpreta a pergunta como uma seqüência de alternativas compatíveis”.

Oliveira (1995) discorda de Fávero, ao sugerir outra interpretação, que não a da disjunção inclusiva para esse diálogo:

... como o conteúdo da sentença é factual e a visão, particularizante, sendo cada termo da disjunção escopo da pergunta, a interpretação exclusiva se impõe e a resposta do interlocutor deve ser entendida como uma infração intencional à “regra”, de efeito humorístico. [Oliveira, 1995, p. 56]

Em frases interrogativas, na comunicação escrita, em que falta o recurso da entoação, o *ou* simples pode tornar-se ambíguo:

(32) Paulo é professor **ou** advogado?

Se o escopo da pergunta é cada um dos elementos ligados pelo conector, conforme seria mais comum, a resposta é “professor”, ou “advogado” e a disjunção é exclusiva. Nada impediria, no entanto, que o escopo da pergunta fosse “professor *ou* advogado”, caso em que a resposta seria “sim”, ou “não” e a disjunção, inclusiva.

Já em contexto negativo, a operação lógico-semântica da disjunção pode incluir uma terceira interpretação, isto é, pode corresponder à

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

disjunção inclusiva. Apresenta-se com a marca *nem...nem*, podendo operar-se uma *negação absoluta* ou uma *negação relativa*.

No primeiro caso, a negação se refere aos termos da relação de maneira conjunta:

(33) Pedro e João vieram? **Nem** um **nem** outro (diz tudo de maneira explícita).

No segundo caso, a negação atinge os termos disjuntos da relação, já que ela se refere ao *posto* e não ao *pressuposto*:

(34) Quem veio? Pedro **ou** João?

A resposta *nem* um *nem* outro não impede de pensar que alguém possa ter vindo.

Nesse tipo de construção e em situação de comunicação real, a disjunção deixa em suspenso a asserção genérica pressuposta, conforme ocorre também em:

(35) Você não pode beber **nem** vinho **nem** uísque (mas pode beber alguma outra coisa).

Há um caso em que a negação intervém na disjunção, permitindo uma terceira interpretação: a negação se combina com uma ordem para transformá-la em proibição:

(36) Proibido cantar **ou** falar alto (ordem de não falar alto, ordem de não cantar = não falar alto *e* não cantar).

Charaudeau (1992, p. 511-512) mostra que a oposição entre a operação lógico-semântica da *disjunção* e a da *conjunção* se neutraliza na forma negativa, pois o mesmo conector *nem...nem* (fr. *ni...ni*) serve para negar tanto uma quanto a outra:

(37) Ele fala inglês **e** francês.

Não. Ele *não* fala **nem** inglês **nem** francês.

(38) Ele fala **ou** inglês *ou* francês.

Não. Ele *não* fala **nem** inglês **nem** francês.

(39) Ele fala **ou** inglês **ou** francês, **ou** fala as duas línguas. (ele fala inglês *e/ou* francês)

Não. Ele não fala **nem** inglês **nem** francês.

Portanto, *nem A nem B* nega tanto a conjunção de *A e B*, quanto a disjunção *A ou B* (inclusiva ou exclusiva). Fica explicada, então, a hesitação das gramáticas no tratamento da conjunção *nem*, geralmente classificada como aditiva (*nem* simples) e como alternativa (*nem* duplo), o

que evidencia o caráter fronteiroço desses conectores entre o valor disjuntivo e conjuntivo.

O relator *ou* apresenta outros valores semânticos (efeitos contextuais):

(40) Proposta indecente **ou** indecente proposta. (**equivalência**)

(41) Para a carreira que escolhi, acho que havia 20 **ou** 30 vagas. (**aproximação**)

(42) No vestibular, acho que é tudo **ou** nada. (**oposição**)

(43) Destruímos a inflação **ou** ela nos destrói. (**consequência**)

CONCLUSÃO

Nessa pesquisa, privilegiamos as relações interfrásticas expressas por meio da *contrajunção* e da *disjunção*.

Em relação aos conectores que expressam contra-expectativa, observa-se o emprego maciço do *mas*, o que pode ser explicado pelo viés da relação entre o *mas* e enunciados factuais e a característica dos textos publicitários de veicularem constatações, certezas e quase nunca enunciados não factuais, ou hipotéticos. Dessa forma, evidencia-se a preferência pela *estratégia do suspense*, em detrimento da de *antecipação* – o interlocutor é levado a considerar *a posteriori* qual a asserção negada.

Tanto o *mas SN*, quanto o *mas PA* permitem uma descrição polifônica, já que a *contrajunção* é eminentemente dialógica. Nos enunciados construídos em função do *mas PA*, tem-se dois elementos semânticos *p* e *q* que se opõem: *p* orienta para uma conclusão *R* e *q*, para a conclusão contrária $\sim R$, sendo *q* argumento mais forte para $\sim R$ do que *P* o é para *R*, o que faz com que o conjunto *p mas q* seja orientado no sentido de $\sim R$. Em outras palavras, nesse tipo de enunciado, o conteúdo do primeiro membro, articulado ao segundo pelo *mas*, implica a negação do conteúdo do segundo, havendo a não satisfação de condições para que uma situação ocorra, com um encaminhamento argumentativo contrário ao da oração anterior. Frustra-se, portanto, a expectativa do destinatário.

Dentre os textos conectados pelo operador *mas*, a maioria corresponde ao *mas PA*, o que permite concluir ser o *mas* argumentativo por excelência o operador mais utilizado nesse tipo de texto.

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

Como marca formal da expressão da *disjunção*, a pesquisa revelou a prevalência absoluta do *ou*, que se apresenta isolado ou repetido. O *ou* isolado revela a hierarquia entre os elementos disjuntos e o *ou* repetido, o efeito de focalização sucessiva, autonomização dos elementos.

Em todos os textos analisados, quer a *disjunção* seja argumentativa ou lógica e quer os conectores apresentem-se repetidos, ou não, os relatores têm sempre um valor *nocional* e *pontual* (e nunca *temporal* e *iterativo*).

A *disjunção argumentativa* apresenta índice de ocorrências inferior ao da *disjunção lógica*. Isso talvez se explique pelo caráter manipulador e de persuasão/sedução do texto publicitário, onde não convém polemizar com o destinatário, mas sim “capturá-lo”, para levá-lo a adquirir o produto. Esse tipo de *disjunção* caracteriza-se por ser sempre assimétrica, ou seja, nunca é comutativa, já que se trata de duas proposições, resultantes de dois atos de enunciação diferentes, em que a segunda toma a primeira como tema.

A *disjunção lógica* apresenta-se em suas duas modalidades: a inclusiva e a exclusiva, com uma ligeira preponderância da exclusiva sobre a inclusiva, o que já era de se esperar, dado o caráter do texto publicitário, que coloca sempre o receptor diante de uma escolha entre positivo e negativo, ressaltando o aspecto positivo (obviamente o ponto onde a escolha recairá), através dos benefícios e vantagens que o produto o produto pode oferecer.

Observa-se que a *disjunção inclusiva* é sempre comutativa, simétrica, ou seja, as duas partes do enunciado são cambiáveis, sem prejuízo do sentido. Já a *disjunção exclusiva* pode ser comutativa, ou não. Não é comutativa quando a disposição das partes interfere no conteúdo significativo da mensagem. Há uma relação de causalidade implícita. Nesses casos, a *disjunção* tem a mesma estrutura assimétrica das condicionais, já que as asserções em contato podem ser parafraseadas por uma condicional e a negação. A interpretação do *ou* assimétrico baseia-se no fato de que o conseqüente é dependente da negação do antecedente.

Os enunciados não comutativos são mais freqüentes que os comutativos, em função da escolha entre positivo e negativo, tão marcada nos textos publicitários. Essa escolha obviamente é direcionada para o pólo positivo, ancorado na expectativa de conquista dos “sonhos de consumo”.

Assim, ao aproveitar-se dessa necessidade instintiva do ser humano de “busca” do que lhe dá prazer, bem-estar e saúde, a publicidade projeta o receptor num mundo imaginário e não real, próximo ao sonho, condizente com a ideologia da publicidade – *Contrato do Maravilhoso* – que sugere a mudança de perspectiva do pólo do *fazer-crer* para o do *dever-fazer*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANSCOMBRE, J. C. & DUCROT, O. *L'argumentation dans la langue*. Bruxelas: Mardaga, 1988. [principalmente o capítulo 3 *Echelles argumentatives*,...]
- BALLY, C. *Linguistique générale et linguistique française*. A. Francke S. A., Berne, 1944.
- BEAUGRANDE, R. & DRESSLER, W. U. *Introduction to text linguistics*. London: Longman, 1981.
- CHARAUDEAU, P. Une analyse semiolinguistique du discours. In: *Langages* n° 117, *Les analyses du discours en France*, Paris, Larousse, mars, 1995.
- _____. Les discours publicitaire, genre discursive. In: *La publicité: masques et miroirs*, Mscope n° 8, CRDP de Versailles, 1994.
- _____. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette, 1992.
- DUCROT, O. *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1987.
- _____. *Dizer-não dizer, princípios de semântica lingüística*. São Paulo: Cultrix, 1977.
- FÁVERO, L. O processo de coordenação e subordinação - uma proposta de revisão. In: *Lingüística aplicada ao ensino do português*. 2ª ed., Porto Alegre: Mercado Aberto, 1992.
- GUIMARÃES, Eduardo. *Texto e argumentação - um estudo das conjunções do português*. Campinas: Pontes, 1987.
- HALLIDAY, M. A. K. & HASAN, R. *Cohesion in English*. London: Longman, 1976.
- KOCH, I. V. *O texto e a construção dos sentidos*. São Paulo: Contexto, 1997.
- _____. A articulação entre orações no texto. In: *Cadernos de estudos lingüísticos*, Campinas, (28):9-18, Jan./Jun. 1995.

CONTRA(DIS)JUNÇÃO NO TEXTO PUBLICITÁRIO

- MONNERAT, Rosane S. M. *Uma leitura semiolinguística dos conectores e e se no texto publicitário*. Tese de Doutorado apresentada à Coordenação dos Cursos de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1998.
- OLIVEIRA, Helênio Fonseca de. Os conectores da disjunção. In: Cadernos de estudos lingüísticos, Campinas, (28): 45-58, Jan./Jun. 1995.
- QUIRK, Randolph. et alii. *A comprehensive grammar of the English language*. London: Longman, 1985.
- SCHNEDECKER, C. “Quand il faut faire des concessions: quelques suggestions pour une didactique de la concession”. *Pratiques*. Metz, 75: 76-110, set., 1992.
- SWEETSER, E. *From etymology to pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- VAN DYJK, T. A. Text and context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse. London: Longman, 1977.