

TEORIA DOS BLOCOS SEMÂNTICOS: RELAÇÕES DE SENTIDO EM UMA PROPAGANDA SOBRE “FAKE NEWS”

*THEORY OF SEMANTIC BLOCKS: RELATIONSHIPS OF SENSE IN AN ADVERTISING ABOUT
“FAKE NEWS”*

Maria Joana Chiodelli Chaise¹
Ernani Cesar de Freitas²

RESUMO: Este trabalho se insere no contexto recente dos estudos argumentativos da Teoria da Argumentação na Língua (TAL), a Teoria dos Blocos Semânticos (TBS), e se propõe a investigar o percurso conceitual da semântica argumentativa descrevendo a construção de sentido de uma campanha publicitária a partir das relações argumentativas estabelecidas. O corpus escolhido para a aproximação entre teoria e prática corresponde a uma campanha do jornal O Globo, cujo foco é o questionamento à disseminação das chamadas “fake news”, informações falaciosas, tema atual e necessário para a leitura crítica dos meios, o que justifica a proposta. Em vista disso, as escolhas teóricas dessa pesquisa são Ducrot (1987, 1988, 2004), Carel e Ducrot (2005), Barbisan (2002, 2007) e Freitas (2007). O estudo se constitui como exploratório, com procedimento bibliográfico e abordagem qualitativa (PRODANOV; FREITAS, 2013). A análise empreendida autoriza a dizer que a TBS contribui para compreender a língua como mecanismo independente, que não necessita de outros recursos além de sua própria materialidade para construir o sentido de um discurso, ou seja, tem seu significado construído por meio dos argumentos marcados no léxico selecionado para significar.

Palavras-chave: Teoria da Argumentação na Língua; Teoria dos Blocos Semânticos; discurso midiático.

ABSTRACT: This work is part of the recent context of argumentative studies of the Theory of Argumentation in Language (TAL), the Theory of Semantic Blocks (TBS), and proposes to investigate the conceptual path of argumentative semantics describing the construction of the meaning of an advertising campaign from the established argumentative relationships. The corpus chosen for the approximation between theory and practice corresponds to a campaign by the newspaper O Globo, which focuses on questioning the dissemination of the so-called “fake news”, fallacious information, a current and necessary theme for critical reading of the media, which justifies the proposal. In view of this, the theoretical choices of this research are Ducrot

¹ Jornalista. Doutoranda em Letras na UPF - linha de pesquisa Constituição e interpretação do texto e do discurso. Professora Assistente da Faculdade de Artes e Comunicação, coordenadora do curso de Jornalismo e membro titular do Conselho Diretor da Fundação Universidade de Passo Fundo - UPF.

² Doutor em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS. Pós-Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem - PUC-SP/LAEL. Professor do PPGL e do curso de Letras da Fundação Universidade de Passo Fundo - UPF.

(1987, 1988, 2004), Carel and Ducrot (2005), Barbisan (2002, 2007) and Freitas (2007). The study is constituted as exploratory, with bibliographic procedure and qualitative approach (PRODANOV; FREITAS, 2013). The analysis undertaken authorizes to say that TBS contributes to understanding language as an independent mechanism, which does not need other resources besides its own materiality to build the meaning of a discourse, that is, it has its meaning constructed through the arguments marked in the lexicon selected to mean.

Keywords: Theory of Argumentation in Language; Theory of Semantic Blocks; media discourse.

1 Introdução

Pensar a língua em sua materialidade significativa, sem influências externas, e perceber o sentido das palavras depreendido das diferentes expressões que se articulam no texto. Esse é o postulado principal da Teoria da Argumentação na Língua (TAL) que, em sua fase mais atual, se constitui na Teoria dos Blocos Semânticos (TBS). Vinculada aos estudos da Semântica Argumentativa e filiada ao estruturalismo saussuriano, foi criada em 1983 no contexto da *École des Hautes Études en Sciences* de Paris, na França, por Oswald Ducrot e Jean-Claude Anscombre, e segue sendo discutida teórico e metodologicamente por Marion Carel (desde 1992) sob a coautoria de Ducrot.

Na perspectiva teórica apresentada, as palavras da língua já contêm orientações argumentativas, as quais autorizam certas continuções discursivas e vetam outras. Diante disso, este trabalho se propõe a apresentar uma proposta de avaliação de leitura de um texto com base nos pressupostos teóricos da TAL, principalmente em princípios e conceitos expostos pela TBS.

A partir de uma leitura crítica da teoria se estabelece a questão norteadora do trabalho, a qual pressupõe que a TBS facilita a leitura de textos publicitários, dada a prerrogativa de que o sentido que emana do texto está na língua e não depende de um contexto extralinguístico, uma vez que as palavras não são tomadas isoladamente, nem em seu sentido literal, mas pela união com outras palavras, enunciados e parágrafos, e pelo conjunto de possibilidades argumentativas preexistentes na própria língua. O objetivo da pesquisa é investigar o percurso conceitual da semântica argumentativa descrevendo a construção de sentido de uma campanha publicitária a partir das relações argumentativas estabelecidas, por meio da construção de blocos semânticos.

A TBS se constitui numa perspectiva bastante relevante para os estudos da argumentação, do discurso e da língua atualmente, o que justifica o estudo aqui apresentado. A reflexão acerca da proposta teórica da TBS, em especial em gêneros massivos como é o caso da propaganda, foco deste estudo, é essencial para a leitura crítica dos meios, sendo, portanto, a compreensão da argumentação uma condição de inserção do homem no contexto letrado. O subsídio teórico que fundamenta o estudo parte de autores clássicos da teoria como Ducrot (1987, 1988, 2004) e Carel e Ducrot (2005), assim como seus estudiosos Barbisan (2007) e Freitas (2007), os quais são mobilizados para responder à questão norteadora de pesquisa.

O corpus escolhido para a aproximação entre teoria e prática corresponde ao gênero propaganda. O texto selecionado é parte de uma campanha do jornal O Globo que pretende alertar contra a disseminação das chamadas “fake news”, especialmente na internet. Lançada em 2017, a campanha publicitária busca reforçar atributos como a credibilidade e a confiança decorrentes de um conteúdo produzido por jornalistas profissionais, os quais promovem um

amplo movimento de apuração e checagem de detalhes das informações antes de serem publicadas. Dentre os vários textos produzidos para a campanha, neste estudo foi eleito o slogan “Mentira tem pernas curtas, mas cauda longa” para o processo de análise.

O estudo se caracteriza como exploratório, com cunho bibliográfico e abordagem qualitativa (PRODANOV; FREITAS, 2013), e se apresenta dividido em uma seção teórica e uma seção metodológica e de análise.

2 Percursos teóricos da semântica argumentativa

Em contato permanente com seus semelhantes, o homem sempre teve a necessidade de se expressar e, para defender seus pontos de vista, de argumentar. A linguística lança olhares sobre esse tema, que já era caro à sociedade desde a Grécia antiga. A forma como a expressão ocorre é por meio da língua, pensada em sua materialidade significante. A área de estudos da TAL é a semântica argumentativa, vertente teórica que possui como principal postulado que a argumentação está na língua e não depende de um contexto, de uma materialidade externa. Assim, o objeto de estudo dessa corrente teórica é o sentido linguístico, que se produz, não na língua, mas no discurso, no emprego da língua (BARBISAN, 2007).

Uma das atividades que a língua permite serem realizadas é a enunciação que, segundo Ducrot (1987), pode ser a realização de um mesmo enunciado. Ou seja, o ato individual e irrepetível de uma enunciação ocorre a partir de um enunciado. Dessa forma, o que torna a enunciação única são as diferentes situações em que aquele enunciado é empregado – quem o profere, onde e quando. O enunciado é tomado, portanto, como uma unidade de sentido constituído na relação interna entre segmentos e relações externas com outros enunciados do texto e se constitui, assim, como um objeto analisável tomando como referência a si mesmo ou a outros enunciados.

Ao compreendermos o sentido, a partir de Ducrot, como o valor semântico do enunciado e do discurso (BARBISAN, 2007), podemos depreender que o sentido é aquilo que paradoxalmente não é perceptível a olho nu na língua: “o sentido é uma ausência indicada por certas presenças sensíveis (digamos “aparentemente sensíveis”)” (DUCROT, 2004, p.359)³. Perceber o sentido sem o que poderíamos considerar interferências ou influências do contexto, do extralinguístico, é a escolha da Semântica Argumentativa, mais especificamente da Teoria da Argumentação na Língua, a TAL. O princípio que assume essa teoria é o de que o sentido é produzido pelas relações que se estabelecem, no discurso, entre palavras e frases. Barbisan (2007, p. 121) explica que, nessa teoria, o signo é a frase complexa: “o significado de uma frase simples só pode ser definido por suas possibilidades de combinação com outras frases simples”.

Os conceitos de língua e fala, propostos por Saussure, foram úteis à construção da TAL, na medida em que, conforme lembra Barbisan (2007), Ducrot mostra que a língua, no sentido estruturalista, não pode ser construída sem que se faça alusão à atividade da fala. Dito de outra forma, Ducrot afirma que a língua, enquanto objeto teórico, deve conter referência à fala, enquanto uso da língua. “Ao tornar inseparáveis língua e fala, Ducrot coloca a argumentação na língua, inscrita na própria língua” (BARBISAN, 2007, p. 123).

Para a TAL, o enunciado possui valor argumentativo, uma orientação que uma palavra

³ [...] el sentido es una ausencia señalada por ciertas presencias sensibles (digamos aparentemente sensibles) (DUCROT, 2004, p.359)

dá ao discurso. Esse valor pode ser entendido como um conjunto de possibilidades ou impossibilidades de continuação discursiva que o emprego de uma palavra determina e pode ser entendido como o nível fundamental da descrição semântica. Esse pesquisador justifica que esse conceito na TAL reforça a percepção de que a língua é um exercício de intersubjetividade e que a apreensão dos fatos e objetos do mundo é sempre argumentativa.

Enquanto parte da semântica argumentativa, a TAL apresenta três momentos marcantes desde a sua criação: a chamada forma Standard, em que conceitos como frase, enunciado⁴ e valor argumentativo são explanados e reforçados; um segundo momento nominado forma Standard ampliada, em que as ideias de topoi e polifonia são acrescentadas e, por fim, considerada a forma atual, a Teoria dos Blocos Semânticos (TBS), desenvolvida por Ducrot e Carel e Ducrot, ampliando compreensões - ou transgredindo - os preceitos das formas anteriores da teoria.

Dentre os vários conceitos importantes a serem mencionados no contexto da TAL, talvez o de argumento seja um dos fundamentais. O entendimento saussuriano de que o sentido de um signo se constitui na relação com outros signos está presente nas diferentes fases da TAL:

A argumentação não acrescenta ao sentido, mas constitui o sentido. Jean-Claude Anscombre e eu tentamos construir uma teoria dos topoi para dar conta desse fenômeno. Marion Carel e Ducrot perceberam que essa teoria na verdade traiu a própria ideia do TALD, pois baseava a argumentação em elementos existentes no mundo, enquanto o que tentamos estabelecer é que a argumentação é estritamente lingüística. (DUCROT, 2005, p.13)⁵

Nesta pesquisa, o interesse recai sobre a terceira fase de estudos dos teóricos franceses, fruto de reelaborações dos preceitos anteriores da TAL e proposta por Marion Carel, com contribuições de Ducrot, a partir de sua tese, em 1992. A TBS será explanada na próxima seção.

2.1 A Teoria dos Blocos Semânticos e os encadeamentos argumentativos

A Teoria dos Blocos Semânticos (TBS), terceira fase da TAL, estreita a compreensão do sentido como um elemento que só existe a partir do discurso, admitindo que argumentar é produzir discurso por meio dos chamados encadeamentos argumentativos. Carel e Ducrot postulam que:

O sentido de uma entidade linguística não está constituído por coisas, fatos, propriedades, crenças psicológicas, nem ideias. Está constituído por certos discursos que essa entidade linguística evoca. Esses discursos serão

⁴ Para este trabalho, compreende-se frase e enunciado a partir de Barbisan (2002, p.140): “A frase é uma estrutura abstrata, é entidade teórica, construção do linguista que serve dela para explicar os enunciados. O enunciado é a realização da frase, entidade empírica que pode ser observada”

⁵ La argumentación no se agrega al sentido, sino que constituye el sentido. Jean-Claude Anscombre y yo intentamos construir una teoría de los topoi para dar cuenta de esto fenómeno. Marion Carel e Ducrot se dio cuenta de esta teoría en realidad traicionaba la idea misma de la TALD, pues basaba la argumentación en elementos existentes en el mundo, mientras que lo intentamos establecer es que la argumentación es de orden estrictamente lingüístico (DUCROT, 2005, p.13).

caracterizados com o nome de encadeamentos argumentativos. (CAREL; DUCROT, 2005, pp. 13-14)⁶

Esses encadeamentos, então, constituem intralinguisticamente o sentido e estão, na opinião desses autores, na base de todas as construções semânticas. Para a TBS, é o próprio sentido do argumento que chama uma determinada conclusão. Assim, Carel e Ducrot (2005) afirmam que há uma interdependência semântica entre argumento e conclusão, formando um bloco. O bloco semântico, portanto, é o sentido resultante da interdependência entre os segmentos de um encadeamento argumentativo.

A forma como os encadeamentos argumentativos manifestam-se tradicionalmente é X conector Y, de acordo com Carel e Ducrot (2005). Compreendidos como sequências de duas proposições, os encadeamentos argumentativos são ligados por um conector. Os autores admitem dois tipos de conectores e, por consequência, dois tipos de encadeamentos: os encadeamentos normativos, com conectores do tipo “portanto” (DC - referente ao francês *donc*), e os encadeamentos transgressivos, com conectores do tipo “no entanto e/ou mesmo assim” (PT - referente ao francês *pourtant*). Segundo Freitas (2007, p. 143, grifo do autor),

os encadeamentos com *donc* e com *pourtant* são estritamente paralelos: ambos reúnem blocos, regras, aspectos tópicos e os apresentam da mesma maneira. Em ambos os casos, eles se servem deles para construir um discurso “razoável”, “legítimo” e é neste sentido que eles são, um e outro, argumentativos.

Assim, o conector *donc* (portanto) representa a regra e o conector *pourtant* (no entanto, mesmo assim) estabelece-se como uma transgressão, desobedecendo a regra. Os encadeamentos argumentativos “comunicam no discurso o tipo de evidência que as palavras, em si mesmas, contêm e fornecem-lhe, desse modo, um certo grau de legitimidade” (FREITAS, 2007, p.142). Funcionam, na prática, para comprovar que, de fato, a argumentação está na língua.

Para a compreensão da TBS, o segmento X é denominado de A e o segmento Y de B. Tanto um quanto o outro podem ou não estar junto de uma negação. A é o segmento-argumento, C é o segmento-conclusão, CON é a abreviação de conector e CON' (conector linha) representa um conector contrário a CON. Dessa forma, se CON denominar um conector normativo DC (portanto), CON' será um conector transgressivo PT (no entanto). Também é possível considerar ambos os conectores inversamente: se CON designa PT, CON' designará DC. Por último aparece a abreviação NEG, indicadora da negação. Assim, Carel e Ducrot (2005, p.22-23) apresentam os dois blocos semânticos, a saber: primeiro bloco semântico, nominado como BS₁:

A CON B

A CON' Neg-B

Neg-A CON' B

Neg-A CON Neg-b (CAREL; DUCROT, 2005, p.22).

⁶ El sentido de una entidad lingüística no está constituido por cosas, hechos, propiedades, creencias psicológicas, ni ideas. Está constituido por ciertos discursos que esa entidad lingüística evoca. Esos discursos serán caracterizados con el nombre de encadenamientos argumentativos (CAREL; DUCROT, 2005, pp. 13-14).

Segundo bloco semântico, nominado como BS_2 :

A CON Neg-B

A CON' B

Neg-A CON B

Neg-A CON' Neg-B (CAREL; DUCROT, 2005, p.24).

É a partir desses segmentos que ocorrem distintas relações discursivas, as quais Carel e Ducrot (2005) denominam “aspectos argumentativos”, responsáveis por formar o “quadrado argumentativo”. É a noção do quadrado argumentativo que padronizou os blocos semânticos.

Na concepção dos teóricos, é fundamental destacar que a argumentação dos encadeamentos pode ser manifestada tanto de forma interna, quanto externa. A argumentação externa (AE), tida como estrutural, contém a entidade linguística como um dos segmentos conectada a outro segmento que lhe complete o sentido, ou seja, deve conter aspectos nos quais a entidade figura como antecedente ou como conseqüente. Já a argumentação interna (AI) é constituída pelos encadeamentos que parafraseiam a entidade linguística, ou seja, não está materialmente marcada no enunciado, mas é representada por uma expressão próxima da realizada, por um aspecto expresso.

No contexto das discussões pertinentes à TAL e à TBS, outras questões merecem constar nessa discussão. Uma delas tem a ver com a manifestação dos sujeitos em um enunciado. No estágio polifônico da TAL, Ducrot distingue três sujeitos que se expressam em um enunciado: o sujeito empírico, o locutor e o enunciador. Barbisan (2002) explica que o sujeito empírico é o produtor efetivo do enunciado; o locutor é o responsável pela produção do enunciado; e o enunciador são os pontos de vista abstratos que o locutor traz para seu discurso.

Outro aspecto que merece destaque é que, mesmo sendo extremamente importantes para outros estudos linguísticos, para a TAL e a TBS o contexto de produção dos discursos não é relevante. De acordo com Barbisan, Ducrot afirma que “o semanticista deve fazer como se nada soubesse da realidade de que falam os discursos e considerar a língua como uma apreensão primeira das coisas” (BARBISAN, 2002, p. 138).

Na sequência é apresentado o objeto empírico ao qual a teoria é confrontada, assim como os procedimentos metodológicos definidos para a descrição e análise dos encadeamentos argumentativos depreendidos da propaganda avaliada.

3 Procedimentos metodológicos e análise

O presente estudo mobiliza os conceitos relativos à Teoria da Argumentação na Língua (TAL) e à Teoria dos Blocos Semânticos (TBS), e se propõe a investigar o percurso conceitual da semântica argumentativa e descrever a construção de sentido de uma campanha publicitária a partir das relações argumentativas estabelecidas. O corpus escolhido para a aproximação entre teoria e prática corresponde a uma campanha do jornal O Globo, cujo foco é o questionamento à disseminação das chamadas “fake news”, informações falaciosas, tema atual e necessário para a leitura crítica dos meios. A campanha foi lançada em 2017 e faz referência à necessária credibilidade e checagem das informações e fontes antes de disseminar informações em rede. A

Figura 1 apresenta o texto que compõe o *corpus* de análise.

Figura 1 - Campanha publicitária do Jornal O Globo

MENTIRA TEM PERNAS CURTAS MAS CAUDA LONGA

Fonte: O Globo (2017).

Buscando contribuir para o entendimento sobre como o sentido é construído no texto, tendo por base a TAL, inicialmente será realizada a divisão do texto em diferentes segmentos. Esses segmentos constituirão, na sequência, os encadeamentos argumentativos. A partir disso, a análise será voltada à construção argumentativa do slogan da campanha publicitária, que se movimenta em torno da carga semântica do substantivo “mentira” e da expressão “cauda longa”. Nesta etapa faz-se referência às relações de argumentação externa (AE) e interna (AI) dessas palavras, que instruem o movimento de argumentação.

O trabalho caracteriza-se como exploratório, o que permite o estudo do tema sob diversos ângulos e aspectos, neste caso, a partir de levantamento bibliográfico e abordagem qualitativa (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Para darmos início à análise, faz-se necessário referir os sujeitos que se expressam no enunciado em questão que, conforme lembra Barbisan (2002), são três: o sujeito empírico, o locutor e o enunciador. Como o sujeito empírico é o produtor efetivo do enunciado, neste caso poderíamos referir que se trata da direção do Jornal O Globo, que promove com a campanha uma forma de manifestação pública de apelo pela propagação de informações falaciosas que, de maneira direta ou indireta, prejudicam a credibilidade dos veículos de comunicação tradicionais, como é o caso do O Globo. O locutor neste caso é o responsável pela produção do enunciado, realizado internamente pelo O Globo e sua equipe de trabalho. As posições citadas - sujeito empírico e locutor - tornam-se interessantes nesta análise por tratar-se de um jornal de referência alertando para a falta de credibilidade que tem a mentira, no caso, se utilizando da inversão da verdade para realizar o enunciado.

Com relação ao terceiro sujeito, o enunciador, configura-se no que Ducrot (1988) explica serem os pontos de vista relativos às situações de que se fala. Os enunciadores seriam, então, as origens dos diferentes pontos de vista que se apresentam nesse enunciado, o que o teórico lembra não serem pessoas, mas perspectiva abstratas. Assim, no caso em análise, poderíamos identificar que os enunciados “Mentira tem pernas curtas” e “Mentira tem cauda longa” possibilitam pontos de vista distintos: “Mentira tem pernas curtas” (E1), “Mentira tem cauda longa” (E2), “Mentira não é notícia” (E1’), “Mentira se dissemina rapidamente” (E2’).

Ainda, é importante relatar que, mesmo o sujeito empírico nesse caso sendo o orientador do locutor, ele de certa forma se “afasta” por meio dos enunciadores postos em discurso, à medida que um veículo de comunicação de referência se manifesta em uma campanha publicitária a partir do substantivo mentira.

Embora importante para outros estudos linguísticos e discursivos, o contexto de produção não é relevante para a TAL e para a TBS. Como lembra Barbisan (2002), Ducrot afirma que o semanticista deve fazer como se nada soubesse da realidade de que falam os discursos e considerar a língua como uma apreensão primeira das coisas. Portanto, a situação em que se encontram os veículos de comunicação, assolados por uma crise de credibilidade decorrente da proliferação de informações inverídicas, especialmente em rede, não deve ser levada em consideração para uma análise sob o viés da Semântica Argumentativa.

A TBS também esclarece as noções de Argumentação Interna (AI) e Argumentação (AE): o vínculo entre os enunciados ou entre palavras pode ser interno ou externo. Para a compreensão dos enunciados analisados, faz-se necessária a identificação da argumentação interna (AI) que possui a palavra *mentira*, isto é, um encadeamento em PT ou em DC que parafraseie a entidade linguística em questão, conforme orienta Barbisan (2002). Verifica-se que a palavra *mentira* pode ser parafraseada como engano, falsidade, fraude e *portanto* não pode ser considerada verdade. Verdade, aqui, estaria associada à notícias que veículos de comunicação são responsáveis por disseminar. Na sequência, é fundamental promover o mesmo exercício de análise da expressão *perna curta*. Quando associada ao termo *mentira*, a ideia que *perna curta* quer transmitir é que a inverdade sempre possui imperfeições, cujo tempo *curto* será capaz de revelar. Assim, para que um conteúdo seja considerado verdadeiro, não mentiroso, ele depende de um processo de checagem de informação que só pode ser desenvolvido no contexto de uma redação jornalística profissional, que tem como princípio a checagem da informação e a divulgação de notícias. Mentira *portanto* conteúdo sem credibilidade.

Ao entendermos, então, que verdade tem credibilidade (A), e deve ser compartilhada (B), estaremos realizando uma argumentação externa (AE). Segundo Carel e Ducrot (2005), a argumentação externa é constituída pelos encadeamentos que chegam à entidade ou que partem dela, assim, os termos mentira e cauda longa permitem que o encadeamento em (AE) com a ideia de que só verdade tem credibilidade e deve ser compartilhada seja possível.

Nesse sentido, analisaremos o enunciado “Mentira tem pernas curtas, mas cauda longa” da Figura 1. O enunciado será dividido em dois, para a produção dos blocos semânticos. No primeiro, atribuiremos como Segmento 1 (S1) “É mentira” e como Segmento 2 (S2) “Tem pernas curtas” visando a comprovação de que a argumentação está, de fato, na língua e que a realização dos blocos semânticos e do quadrado argumentativo permitem que essa argumentação seja percebida. Atribuímos, segundo as orientações de Carel e Ducrot (2005), ao segmento 1 a letra A (é mentira) e ao segmento 2 a letra B (tem pernas curtas).

O Bloco Semântico 1 se constitui, portanto, da seguinte forma (Quadro 1):

Quadro 1 - Bloco Semântico 1 “Mentira tem pernas curtas”

(1) A portanto B	(1) É mentira, portanto tem pernas curtas.
(2) A no entanto NEG-B	(2) É mentira, no entanto não tem pernas curtas.
(3) NEG-A no entanto B	(3) Não é mentira, no entanto tem pernas curtas.
(4) NEG A portanto NEG- B	(4) Não é mentira, portanto não tem pernas curtas.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Carel e Ducrot (2005)

De acordo com Carel e Ducrot (2005, p.35), “para ver a interdependência semântica

entre A e B, compara-se os enunciados do bloco semântico 1 com sua correspondência no bloco semântico 2”, conforme pode ser observado no Quadro 2:

Quadro 2 - Bloco Semântico 2 “Mentira tem pernas curtas”

(1') A portanto NEG-B	(1') É mentira, portanto não tem pernas curtas.
(2') A no entanto B	(2') É mentira, no entanto tem pernas curtas.
(3') NEG-A portanto B	(3') Não é mentira, portanto tem pernas curtas.
(4') NEG-A no entanto NEG B	(4') Não é mentira, no entanto não tem pernas curtas.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Carel e Ducrot (2005)

Apesar de o primeiro enunciado (1) ter sido assumido pelo sujeito empírico e pelo locutor, argumentativamente todos os enunciados construídos nos Blocos Semânticos 1 e 2 fazem sentido em situações enunciativas. Entretanto, é o enunciado 1 que argumenta na situação colocada na campanha publicitária analisada, sendo, portanto, uma construção normativa da língua.

Com relação aos blocos de significação da segunda parte do enunciado analisado, relativo à cauda longa, atribuímos, segundo as orientações de Carel e Ducrot (2005), ao segmento 1 a letra A (é mentira) e ao segmento 2 a letra B (tem cauda longa).

Quadro 3 - Bloco Semântico 1 “Mentira tem cauda longa”

(1) A portanto B	(1) É mentira, portanto tem cauda longa.
(2) A no entanto NEG-B	(2) É mentira, no entanto não tem cauda longa.
(3) NEG-A no entanto B	(3) Não é mentira, no entanto tem cauda longa.
(4) NEG A portanto NEG- B	(4) Não é mentira, portanto não tem cauda longa.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Carel e Ducrot (2005)

A comparação dos enunciados do bloco semântico 1 com sua correspondência no bloco semântico 2” pode ser percebida no Quadro 4:

Quadro 4 - Bloco Semântico 2 “Mentira tem cauda longa”

(1') A portanto NEG-B	(1') É mentira, portanto não tem cauda longa.
(2') A mesmo assim B	(2') É mentira, mesmo assim tem cauda longa.
(3') NEG-A portanto B	(3') Não é mentira, portanto tem cauda longa.
(4') NEG-A mesmo assim NEG B	(4') Não é mentira, mesmo assim não tem cauda longa.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Carel e Ducrot (2005)

Apesar de, argumentativamente, todos os enunciados construídos nos Blocos Semânticos 1 e 2 também fazerem sentido em situações enunciativas, neste segundo trecho

analisado é o enunciado 2' “É mentira, mesmo assim tem cauda longa” que argumenta na situação colocada na campanha publicitária analisada. Significa dizer que apesar de um conteúdo ser notadamente falso, ainda assim ele é bastante repercutido na rede e se dissemina.

Percebe-se que a interação argumentativa do texto acontece em torno do substantivo “mentira” e da expressão “cauda longa”. Nesse sentido, no enunciado analisado, o valor que os signos mentira e cauda longa possuem é que determina o sentido do texto e, por sua vez, um determina o sentido do outro, uma vez que são dois segmentos interdependentes semanticamente.

Levando em consideração, portanto, as palavras “mentira”, em relação à “cauda longa”, ou seja, à disseminação em rede, podemos realizar outros encadeamentos que contribuem para a argumentação da campanha, o que pode ser observado nos quadros seguintes:

Quadro 5 - Bloco Semântico 1 “Verdade tem credibilidade (A), deve ser compartilhada (B)”

(1) A portanto B	(1) Verdade tem credibilidade, portanto deve ser compartilhada.
(2) A mesmo assim NEG-B	(2) Verdade tem credibilidade, portanto não deve ser compartilhada.
(3) NEG-A mesmo assim B	(3) Verdade não tem credibilidade, portanto deve ser compartilhada.
(4) NEG A portanto NEG- B	(4) Verdade não tem credibilidade, portanto não deve ser compartilhada.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Carel e Ducrot (2005)

Em relação à campanha analisada para esta pesquisa, o encadeamento normativo A portanto B é o que se sobressai no sentido expresso pela campanha. Carel e Ducrot (2005) explicam, porém, que é necessário agrupar os oito encadeamentos entre A e B em dois blocos, pois os encadeamentos possíveis em (1), (2), (3) e (4) estão relacionados. Os teóricos explicam que esse bloco receberá o nome de quadrado argumentativo, noção destinada a formalizar a noção de bloco semântico. Os outros quatro aspectos pertencem ao Bloco Semântico 2, que é diferente do Bloco 1. Assim, as relações de sentido entre A e B se constroem de forma distinta em cada um dos blocos, consoante com o exemplificado no Quadro 6:

Quadro 6 - Bloco Semântico 2 “Verdade tem credibilidade (A), deve ser compartilhada (B)”

(1')A portanto NEG-B	(1') Verdade tem credibilidade, portanto não deve ser compartilhada.
(2')A no entanto B	(2') Verdade tem credibilidade, no entanto deve ser compartilhada.
(3')NEG-A portanto B	(3') Verdade não tem credibilidade, portanto deve ser compartilhada.
(4')NEG-A no entanto NEG B	(4') Verdade não tem credibilidade, no entanto não deve ser compartilhada.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Carel e Ducrot (2005)

Os blocos semânticos 1 e 2 do segundo enunciado (quadros 5 e 6) também constituem enunciados possíveis semanticamente. Entretanto, em relação aos enunciados assumidos anteriormente, “É mentira, portanto tem pernas curtas” (encadeamento 1 do quadro 1) e “É mentira, mesmo assim tem cauda longa” (encadeamento 2’ do quadro 4), o encadeamento normativo “Verdade tem credibilidade, portanto deve ser compartilhada” (encadeamento 1 do quadro 5) é o aspecto que prevalece na leitura da campanha ora analisada⁷.

Dessa maneira, o sentido da campanha é construído relacionando os três enunciados, dois normativos e outro transgressivo. Mesmo sabendo do contexto em que a campanha foi produzida, fica claro que a argumentação está presente nela através de seu enunciado, complementada pela elaboração dos blocos semânticos, que permite que o leitor perceba como o texto argumenta e como seu sentido é construído.

Os enunciados analisados, construídos a partir de palavras, nos dão a conhecer como a TBS explora os argumentos e as formas de representação já cristalizadas nas palavras. Os encadeamentos construídos ajudam a comunicar, conforme os autores estudados indicam, os discursos que as palavras contêm nelas mesmas. A argumentação, assim, poderá ser compreendida como uma demonstração de que a linguagem é capaz de produzir sentido a partir do valor que as palavras possuem, tornando possível um sentido que colabora para a construção da argumentação do enunciado.

4 Considerações finais

O trabalho apresentado cumpriu com o objetivo proposto, na medida em que comprovamos, por meio de um enunciado cotidiano, como a Teoria da Argumentação na Língua e a Teoria dos Blocos Semânticos podem ser aplicadas como recursos facilitador e esclarecedor do sentido do discurso publicitário. A análise facilitou a compreensão de que as palavras não são tomadas isoladamente, mas pela união com outras palavras e enunciados, e pelo conjunto de possibilidades argumentativas preexistentes na própria língua.

A partir do recurso metodológico da organização dos blocos semânticos, ou seja, na relação de interdependência entre as palavras é que o discurso pode se tornar argumentativo, não havendo necessidade de interferência de elementos extralinguísticos. A investigação facilitou compreender o discurso como uma sequência complexa de encadeamentos semânticos que exprimem argumentações internas e externas de entidades lexicais que o compõem.

A TBS oferece muitas possibilidades de investigação de diferentes tipos de textos, pois facilita a compreensão do sentido como um elemento que só existe a partir do discurso, além de possibilitar produtividade na leitura e interpretação de textos como o publicitário, aqui investigado. Porém, sabe-se que o que foi evidenciado neste trabalho necessita, ainda, maior investimento de tempo e aprofundamento, e trata-se de um estudo, por ora, abreviativo.

Finalizamos reforçando que, conforme Barbisan (2002), todo enunciado representa uma imagem do meio em que é produzido, dessa forma, o enunciado da campanha analisada diz algo, nele mesmo, sobre a situação vivenciada atualmente no que diz respeito à produção e disseminação de notícias em rede.

⁷ Além da elaboração dos blocos semânticos, a TBS permite que, através dos quadrados argumentativos, relações de sentido sejam atribuídas aos enunciados, por exemplo, entre os mesmos, avaliando relações de reciprocidade e de transposição. Em virtude do espaço de análise aqui proposto, esses encadeamentos não serão possíveis de realização.

Referências

- ANDERSON, C. *A cauda longa: Do Mercado de Massa para o Mercado de Nicho*. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
- BARBISAN, L. B. A construção da argumentação no texto. *Letras de Hoje - Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da PUCRS*. Porto Alegre, v.37, n. 3, pp. 135-147, set. 2002.
- BARBISAN, L. B. Uma proposta para o ensino da argumentação. *Letras de Hoje - Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da PUCRS*. Porto Alegre, v.42, n. 2, pp. 111-138, jun. 2007.
- CAREL M.; DUCROT, O. *La Semántica argumentativa: una introducción a la teoría de los bloques semánticos*; edición literaria a cargo de María Marta Negroni y Alfredo M. Lescano. 1 ed. Buenos Aires: Colihue, 2005.
- DUCROT, O. *O dizer e o dito*. Revisão técnica e tradução Eduardo Guimarães. Campinas, SP: Pontes, 1987.
- DUCROT, O. La polifonia em linguística. Capítulo primero. In: DUCROT, O. *Polifonia y Argumentacion: Conferencias del seminário Teoría de La Argumentación y Análisis del Discurso*. Universidad Del Valle, Cali, Colômbia, 1988.
- DUCROT, O. Sentido y argumentación. Traducción: María Marta Garcia Negroni. In: ARNOUX, E. H. *de et al.* 1 ed. Buenos Aires: Eudeba, 2004.
- O GLOBO. 12 mar 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/campanha-publicitaria-contra-as-fake-news-21048683> Acesso em: 03 mar. 2019.
- FREITAS, E. C. A Teoria da Argumentação na Língua. In: FREITAS, E. C. *Semântica Argumentativa: A construção do sentido no discurso*. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2007.
- PRODANOV, C. FREITAS, E.C. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 20/05/18.

Recebido em: 13/06/2021

Aceito em: 21/09/2021