UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LINGUÍSTICA

JULIA LOURENÇO COSTA

A FÓRMULA
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
NA PERSPECTIVA DA SEMIÓTICA

VERSÃO REVISADA
São Paulo
2012

JULIA LOURENÇO COSTA
(julialourenco@usp.br)

A FÓRMULA
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
NA PERSPECTIVA DA SEMIÓTICA

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Semiótica e Linguística Geral do Departamento de Linguística da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Linguística

Área de concentração: Semiótica e Linguística Geral

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Norma Discini

VERSÃO REVISADA
São Paulo
2012

Nome: LOURENÇO, Julia

Título: A fórmula *desenvolvimento sustentável* na perspectiva da Semiótica

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Semiótica e Linguística Geral do Departamento de Linguística da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Linguística

Área de concentração: Semiótica e Linguística Geral

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Norma Discini

Aprovada em: ____/____/____

Banca examinadora

Prof^a. Dr^a. Norma Discini – Universidade de São Paulo (USP)

Prof^a. Dr^a. Elizabeth Harkot-de-La-Taille – Universidade de São Paulo (USP)

Prof^a. Dr^a. Luciana Salazar Salgado – Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

São Paulo
2012

Estudar semiótica, como toda relação que se preza, que vale a pena, exige grande entrega. Quem enfrenta o desafio de entender essa teoria, inaugurada há cerca de quarenta anos, passa por uma fase inicial de provas. Precisa dedicar-se muito e receber no início muito pouco. Mas, quando o relacionamento acontece, há muitas recompensas. E uma das maiores retribuições é poder entender um pouco melhor o mundo onde se vive.

Ivã Carlos Lopes e Nilton Hernandez

AGRADECIMENTOS

A Deus, por sempre ter me guiado ao melhor caminho
À minha mestra, Prof^a. Dr^a. Norma Discini, pela *força e coragem, sempre!*
Aos meus pais, Anilton e Elza, pela presença constante na minha vida
À minha irmã, Laís Lourenço, minha amiga e confidente
A toda minha família, por acreditarem, mais do que eu mesma
À minha avó Eudália Brito, por me ensinar que *saber não ocupa lugar*
Aos meus tios Luiz, Heraldo, Julianos e Osvaldo
Especialmente às minhas tias Maria Luiza e Ione, por todas as orações
Ao Luiz Henrique, pelo amor e companheirismo incondicionais
À Dona Gilda, Sr. Luiz, Maria e Fê, família dele, que é também minha
Às minhas primas Aline, Marina, Cecília, Sandra, Elaine e minha prima-afilhada Bianca
Às amigas queridas Ilca Suzana e Daniela Bracchi, pelo oxigênio necessário
Aos são carlenses de coração, como eu, especialmente Stéfanie Della Rosa,
Camila Landis e Lígia Menossi, apesar da distância
Ao professor e amigo Roberto Leiser Baronas, pelo incentivo
Aos professores Ivã Carlos Lopes e Luciana Salazar Salgado, pelo caminho apontado
À professora Elizabeth Harkot-de-La-Taille, por todas as palavras
À Juliana Attie, pelo zelo e atenção na revisão
Aos colegas do GES-USP, por todos os ensinamentos
Ao Departamento de Linguística, pelo acolhimento
À Érica, Ben-Hur e Robson, pela paciência
Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), por ter
propiciado os meios para a dedicação exclusiva à pesquisa
Ao Bob, pela companhia incansável durante as horas de estudo

Muito obrigada!

Cabe à Universidade situar-se como elemento de busca e definição de uma nova modernidade, que não mantenha sua sociedade onde está [...]. Que em vez de imitar uma modernidade arcaica, avance ainda mais na direção de um futuro além do próprio Primeiro Mundo.

Cristóvam Buarque

RESUMO

LOURENÇO, Julia. **A fórmula desenvolvimento sustentável na perspectiva da Semiótica**. 141 f. Dissertação (mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2012.

A proposta da dissertação é analisar o sintagma *desenvolvimento sustentável* do ponto de vista da possibilidade do diálogo teórico interdisciplinar, visando conjugar a noção de fórmula (Krieg-Planque, 2010), advinda do campo teórico da Análise do Discurso francesa, com o conceito de configuração discursiva (Courtés, 1979-1980 e Fiorin, 1990) formulado pela Semiótica greimasiana. Como fórmula, o sintagma é compreendido como conjunto discursivo, que incorpora determinado momento sócio-histórico, passando a funcionar como sintetizador de questões políticas e sociais. A fórmula remete à cristalização, sob a qual subjazem instabilidades. Como configuração discursiva, o *desenvolvimento sustentável* é apreendido pelas variações temáticas e figurativas, compreendidas como investimentos semânticos que oscilam entre um núcleo invariante e suas variações de realização. Observa-se então a relação entre o núcleo e as variantes discursivas que orbitam em torno dele, fazendo parte de seu funcionamento linguístico e discursivo. Dessa maneira, a noção de fórmula pode ser pensada pela configuração discursiva própria de cada ato enunciativo que dela se utiliza, os quais, cada qual a seu modo, erigem a significação pretendida. Mediante as análises feitas de cinco *anúncios publicitários* publicados na revista *Veja*, entre os anos de 1991 e 2011, e do artigo de opinião “O infiel” de Luiz Felipe Pondé, publicado no jornal *Folha de São Paulo*, pudemos depreender que, como configuração discursiva e interdiscursiva, a fórmula funciona na cenografia (Maingueneau, 2008a), enquanto espaço delimitado por uma cena genérica estável. Mas funciona principalmente como instabilidades, à qual subjaz a orientação discursiva do enunciador, apreendida no enunciado. A cenografia é o lugar da semiotização da fórmula, à medida que nesse espaço seu funcionamento instável se reveste pela validação construída na enunciação, além de revestir semanticamente a significação pretendida por meio da configuração discursiva convocada. A semântica do nível discursivo foi priorizada como lugar de observação semiótica do fenômeno *fórmula*, tendo em vista que por meio dos temas e figuras nela apreendidos, é possível o vislumbre de uma visão de mundo (Fiorin, 2004) compreendida enquanto formação ideológica discursivizada.

PALAVRAS-CHAVE: desenvolvimento sustentável; fórmula; semiótica; configuração discursiva; cenografia.

ABSTRACT

LOURENÇO, Julia. **A fórmula desenvolvimento sustentável na perspectiva da Semiótica**. 141 f. Dissertação (mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2012.

The purpose of the dissertation is analyze the syntagma *sustainable development* from the perspective of the possibility of an interdisciplinary theoretical dialogue, aiming to conjugate the notion of formula (Krieg-Planque, 2010) arising in the theoretical field of French Discourse Analysis, with the concept of discursive configuration (Courtés, 1979-1980 and Fiorin, 1990) conceived by Greimasian Semiotics. As formula, the syntagma is comprehended as discursive set, that incorporates a specific socio-historical moment, working as a synthesizer of political and social issues. Formula refers to crystallization, under which underlies instabilities. As discursive configuration, *sustainable development* is apprehended through thematic and figurative variations, comprehended as semantic investments that oscillate between the invariant core and its realized variations. Then, we observe the relation between the core, and the discursive variants that orbit around it, as part of the linguistic and discursive operation. Thus, the notion of formula can be thought through its own discursive configuration in each enunciative act that it is used, which in its own way erects the intended meaning. By the analysis done of five advertisements published in *Veja* magazine, between the years of 1991 and 2011, and in the opinion article “O infiel” by Luiz Felipe Pondé, published in *Folha de São Paulo* newspaper, we could infer that, as discursive and interdiscursive configuration, formula works in the scenography (Maingueneau, 2008a), as delimited space by the stable generic scene, but mainly by the instability, that underlies enunciator’s discursive orientation, apprehended in the enunciation. Scenography is the place of the semiotization of the formula, as in this space its unstable operation takes on through validation built in the enunciation, besides coats semantically the intended meaning through its own discursive configuration. Discursive level semantics was prioritized as semiotics observation spot of the *formula* phenomenon, considering that through themes and figures in it apprehended, it is possible to glimpse the world vision (Fiorin, 2004) comprehend as discursivized ideological formation.

KEYWORDS: sustainable development; formula; semiotics; discursive configuration; scenography.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

O <i>desenvolvimento sustentável</i> como objeto de pesquisa	11
A Análise do Discurso e a Semiótica	13
O <i>corpus</i> de análise	16
A estrutura da dissertação	18

I. FÓRMULA: TEORIA E PRÁTICA

1. PRIMEIRAS PALAVRAS	22
2. A FÓRMULA	24
2.1. Caráter cristalizado	26
2.2. Dimensão discursiva	28
2.3. Referente social	29
2.4. Aspecto polêmico	31
3. UM OLHAR SEMIÓTICO SOBRE A FÓRMULA	32
3.1. Motivo e Semiótica	38
3.2. Configuração discursiva e nuclearidade da fórmula	40

II. A FÓRMULA NO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

1. O GÊNERO <i>ANÚNCIO PUBLICITÁRIO</i>	45
2. SEMÂNTICA DISCURSIVA: A CONFIGURAÇÃO	47
3. SINTAXE DISCURSIVA: PESSOA, ESPAÇO E TEMPO	58
4. PLANO DA EXPRESSÃO E PLANO DO CONTEÚDO	64
4.1. Das profundezas da significação	64
4.2. Plano da expressão e configuração	67

III. A FÓRMULA E A INTERDISCURSIVIDADE

1. O DISCURSO GERIDO PELO INTERDISCURSO	80
1.1. <i>Veja e Folha</i> : comunidades discursivas	83
2. ANÁLISE DE UM ARTIGO DE OPINIÃO	88
2.1. A fórmula na cenografia	95

3. CONFIGURAÇÃO INTERDISCURSIVA: DEPREENSÕES TEÓRICO-ANALÍTICAS	102
CONCLUSÃO	112
LISTA DE QUADROS	120
LISTA DE FIGURAS	121
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	122
ANEXOS	
ANEXO A – Anúncio <i>Conselho Empresarial Brasil 500</i>	130
ANEXO B – Anúncio <i>BrasilConnects</i>	132
ANEXO C – Anúncio <i>Banco Real</i>	134
ANEXO D – Anúncio <i>Vale</i>	136
ANEXO E – Anúncio <i>Furnas</i>	138
ANEXO F – Tabela <i>Segments Répétes</i> (Lexico3)	139
ANEXO G – Artigo de opinião - <i>O infiel</i> , de Pondé	140

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento sustentável como objeto de pesquisa

Desde o surgimento da fórmula *desenvolvimento sustentável*, em 1987, no *Relatório de Brundtland* (elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento), a conjunção entre o desenvolvimento econômico e a preservação ambiental se inseriu no cenário nacional e internacional por intermédio de tal sintagma, que se configurou como espaço discursivo de convergência de ideais e aspirações, tornando-se ponto de passagem obrigatória na construção discursiva do mundo contemporâneo.

Esse *Relatório*, síntese daquele encontro internacional, reuniu representantes de diversos países e tinha como centro a insatisfação com o modelo econômico e a reflexão em torno de formas alternativas de desenvolvimento, as quais pudessem minimizar os efeitos nefastos do homem no planeta. Segundo Becker (1994, p. 130), professora titular do departamento de Geografia da UFRJ, o *Relatório de Brundtland*

[...] propõe o desenvolvimento sustentável como processo de mudança onde a exploração de recursos, a orientação dos investimentos, os rumos do desenvolvimento ecológico e a mudança institucional se harmonizam e estão de acordo com as necessidades das gerações atuais e futuras.

Compreendemos que a emergência do sintagma deve-se às reflexões que estavam sendo empreendidas desde 1972, quando foi iniciada, formalmente, na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente Humano (CNUMA), uma discussão em torno da relação entre o homem, o meio ambiente e o desenvolvimento econômico.

Procurava-se, desse modo, a conciliação entre o ecologismo extremo, que até então refletia, de forma isolada, os impactos do ser humano no meio ambiente, e o economicismo restrito, que pretendia somente o desenvolvimento econômico e o engrandecimento das sociedades nessa direção.

Tanto o Relatório Founex (também desenvolvido em 1972, como base para a CNUMA), quanto a Declaração de Estocolmo (1972) ou a Declaração de Cocoyoc (1974)¹, produtos formais da convergência da reflexão acerca do assunto, demonstram a

¹ Para maiores detalhes em relação à historiografia do conceito permeado pelos eventos internacionais sobre a preservação ambiental, consultar: BURSZTYN. M. (Org.). **Para pensar o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

preocupação com o meio ambiente em relação ao modelo de desenvolvimento econômico, ponderando a necessidade de uma forma de desenvolvimento consciente.

Essa necessidade pungente de um novo modelo de pensamento desenvolvimentista desencadeia o surgimento do sintagma *ecodesenvolvimento* ou, como posteriormente será designado, *desenvolvimento sustentável*.

Após o *Relatório de Brundtland*, que definia tal fórmula como “[...] o desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração actual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1987), novos eventos acerca da questão ambiental e econômica foram organizados, tais como a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (a Eco-92), a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (a Rio+10), entre outras.

Atualmente, foi realizada a segunda edição da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a chamada Rio+20, que ocorreu entre os dias 13 e 22 de junho de 2012 no Rio de Janeiro, tendo como objetivo principal a “[...] renovação do compromisso político com o *desenvolvimento sustentável*, por meio da avaliação do progresso e das lacunas na implementação das decisões adotadas pelas principais cúpulas sobre o assunto e do tratamento de temas novos e emergentes” (COMITÊ NACIONAL DE ORGANIZAÇÃO RIO+20, 2012, grifo nosso).

No caso da fórmula *desenvolvimento sustentável*, tendemos a considerar os encontros internacionais acerca das condições de preservação ambiental no mundo como pontos nevrálgicos de construção discursiva da fórmula, que nasce e ganha corpo – no sentido de notoriedade – ao circular em distintas esferas, como a midiática.

O aumento no número de eventos mundiais que se propõem a discutir o tema demonstra o aumento da circulação do sintagma. Pretendemos estudar, assim, como um acontecimento discursivo que fez emergir a temática ambiental e fez ampliar o debate em torno da definição e do objetivo do dito *desenvolvimento sustentável*.

Mesmo anteriormente aos eventos citados, muitos discursos concernentes ao assunto em questão foram produzidos pela mídia. Uma rápida pesquisa no site de buscas, o Google, por essa expressão apresenta aproximadamente 6.870.000² ocorrências, e esse número só aumenta. O significativo dado estatístico evidencia a

² Para uma consulta específica inserir o sintagma entre aspas (“desenvolvimento sustentável”).

pertinência em tentar compreender a irrupção e o emprego desse sintagma, testemunho de um tempo e lugar históricos ocupados pelo homem contemporâneo.

Para tal empreendimento, temos em mente que não só os veículos de comunicação, mas qualquer produção discursiva carrega em si a influência que detém sobre o *outro*. Entendemos que a construção da significação de um discurso ocorre em uma via de mão dupla:

Compreender um enunciado não é somente referir-se a uma gramática e a um dicionário, é mobilizar saberes muito diversos, fazer hipóteses, raciocinar, construindo um contexto que não é preestabelecido e estável. A própria ideia de um enunciado que possua um sentido fora de contexto é insustentável (MAINGUENEAU, 2008, p. 20).

Partindo dessa consideração, podemos pensar a construção discursiva relativa ao *desenvolvimento sustentável* menos como uma via direta de influência nos leitores, e mais como peça importante da construção discursiva que o leitor fará de tal temática, tendo em vista que o enunciatário é co-enunciador da fórmula.

Constituindo-se como elemento do funcionamento midiático, a revista *Veja* e o jornal *Folha de São Paulo* foram eleitos para a observação de tal sintagma. Dessa maneira, procurar compreender os discursos de tais veículos midiáticos em relação à temática não supõe algo estanque.

Esse nosso trabalho pretende verificar o modo como as respectivas comunidades discursivas acionadas reconstruíram esses discursos, que, de forma, *mais* direta ou *menos*, influenciaram o sujeito na percepção desse tema polêmico no modo de ser, mas harmonizado no modo do parecer.

A Análise do Discurso e a Semiótica

Nosso pensamento aqui é permeado por diversas vozes; duas delas estão fortemente marcadas: a da Semiótica e a da Análise do Discurso, ambas francesas. Como alicerce teórico fundamental, temos a Semiótica de base greimasiana, que assinala a manifestação textual como “[...] a postulação do plano da expressão no momento da produção do enunciado e, inversamente, a atribuição do plano do conteúdo no momento de sua leitura” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 230). Ao lado da

Semiótica, consideraremos os desenvolvimentos da Análise do Discurso francesa, com Maingueneau (2005, 2008, 2008a e 2010) e Krieg-Planque (2009, 2010, 2012).

Em relação à Análise do Discurso, tomaremos então por base a noção de fórmula (KRIEG-PLANQUE, 2010), que oferece subsídio à compreensão da irrupção de tal sintagma, bem como as reflexões acerca da construção discursiva permeada pela ideologia, compreendida como a “visão de mundo” a respeito da realidade (FIORIN, 2004).

Assim, a partir da definição inicial de fórmula, ou seja, “[...] um conjunto de formulações que, pelo fato de serem empregadas em um momento e um espaço público dados, cristalizam questões políticas e sociais que essas expressões contribuem, ao mesmo tempo para construir” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 9), buscaremos apreender o funcionamento discursivo do sintagma *desenvolvimento sustentável*.

A pesquisadora citada afirma que a fórmula se caracteriza como “[...] um signo que evoca alguma coisa para todos num dado momento” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 92). Diante disso, pretendemos refletir sobre o modo como tais significações são construídas, por meio da descrição a ser feita dos mecanismos internos que representam a heterogeneidade constitutiva e a homogeneidade aparente da fórmula.

Sabemos não ser possível dar conta da totalidade das construções dos significados que permeiam a fórmula, no entanto é nosso interesse desvelar alguns mecanismos do discurso dos anúncios publicitários, veiculados na revista *Veja*, e no discurso do artigo de opinião, veiculado no jornal *Folha de São Paulo*, na medida em que eles remetem à fórmula de maneiras diferentes.

A noção de fórmula, fluida por sua própria constituição, encontra, na proposição da dissertação, um possível método para ser pensada por meio de sua articulação à noção de configuração discursiva desenvolvida pela teoria Semiótica e pelos estudos discursivos em geral. Além disso, encontra aqui o interesse para investigarmos o direcionamento enunciativo sobre o lugar ocupado pelo enunciador na cenografia.

A noção de configuração discursiva articulada à noção de fórmula possibilita ainda pensar o lugar no qual o sintagma se instala na cena de enunciação, como forma de validação do próprio dizer. As fronteiras genéricas que separam artigo e anúncio serão relativizadas e pensadas na ordem da instabilidade dada na cenografia.

Creemos que, emparelhados com Krieg-Planque (2010), poderemos semiotizar a fórmula, considerando que tanto a Análise do Discurso como a Semiótica se voltam para um mesmo fenômeno linguístico: aquele que pondera a relação da unidade com a

totalidade na construção da significação. Porém, cada uma das frentes teóricas oferece o olhar que contém suas especificidades.

Ao erigir a noção de fórmula por meio da construção de um centro discursivo, o próprio sintagma, como sintetizador de questões políticas e sociais que nele se engendram, verifica-se a alusão ao diálogo com outras ciências da linguagem que, direta ou indiretamente, refletiram sobre tal funcionamento.

A Semiótica greimasiana compreende a noção de configuração discursiva, como “[...] uma organização virtual de sentido que se realiza de maneira distinta nos diferentes contextos em que se encontra, embora essa variabilidade seja de certa forma cerceada pelo núcleo sêmico comum” (FIORIN, 1990, p. 363). Tal concepção dialoga com o conceito de fórmula ao pensar um núcleo em torno do qual gravitam as variações.

A dissertação visa, fundamentalmente, compreender a emergência e o emprego da fórmula *desenvolvimento sustentável*, considerando a possibilidade de um movimento interdisciplinar entre a Análise do Discurso e a Semiótica, na medida em que esta propicia um método de análise das funções discursivas e interdiscursivas da fórmula em pauta.

Para tanto, realizamos uma leitura do plano do conteúdo e do plano da expressão do *corpus*, procurando compreender, entre outras questões, como tal sintagma: a) é inserido no regime de fórmula; b) é pensado estruturalmente na homologação com a noção de configuração discursiva; c) faz as duas teorias citadas dialogarem entre si; d) pode ser pensado interdiscursivamente, conforme se desloca e se consolida, construindo assim o veículo midiático que contém a fórmula; e) remete à formação de comunidades discursivas; e f) é desenvolvido na cenografia.

Diante do exposto, o presente estudo se justifica pelo fato de, por um lado, pretender evidenciar o modo como a instituição midiática organiza, por meio de seus discursos, as relações de poder e de opinião na nossa sociedade e, por outro, procura evidenciar como a prática de descrever os mecanismos de construção do sentido dos textos, no caso, de um sintagma cristalizado em fórmula, remete para além daquilo que ele aparenta dizer.

O trabalho espera contribuir para, em um movimento interdisciplinar, buscar a conexão entre a Análise do Discurso de linha francesa e a Semiótica de base greimasiana, no que diz respeito aos princípios teóricos e metodológicos que sustentam a investigação e a descrição dos mecanismos de construção do sentido examinados na totalidade midiática referida.

O corpus de análise

Notamos o aparecimento do sintagma na revista *Veja* no ano de 1991³. Serão considerados os textos veiculados de 1991 a 2011, os quais dão a circular o sintagma que está em foco. O *corpus* é compreendido em parte, portanto, pela faixa temporal de vinte anos da revista, pelo gênero *anúncio publicitário* a ser contemplado.

A revista *Veja*, como parte do *corpus*, justifica-se não só pelo fato de esse veículo ter dado, nas suas mais diversas seções, ampla cobertura às conferências relacionadas à temática, mas também por tal revista ser uma das que mais circulam em nossa sociedade, o que contribui para que a construção discursiva, feita pela revista, de certas temáticas seja difundida de forma abrangente⁴.

Dentre os diversos gêneros que apresentam nosso sintagma-objeto, por meio do regime de fórmula, elegemos, para o segundo capítulo, apenas o gênero *anúncio publicitário*. No terceiro capítulo será analisado o artigo de opinião. Serão consideradas, portanto, duas cenas genéricas.

Dentre os oitenta e cinco textos da *Veja* que possuem o sintagma, trinta e três deles estão inscritos nesse gênero, ou seja, cerca de 39% da totalidade dos textos integrantes do *corpus* selecionado a partir da revista *Veja*. No capítulo II, intitulado *A fórmula no anúncio publicitário* são analisados cinco anúncios, cada qual reproduzido num Anexo:

a) Anexo A, p. 130: está na Edição 1578, 23 de dezembro de 1998, p. 98-99, do Conselho Empresarial Brasil 500. Trata-se do terceiro anúncio que contém o sintagma veiculado pela revista. Ele versa sobre a construção do Conselho empresarial como marca oficial da comemoração dos 500 anos do Brasil. Tal Conselho tem como objetivo atuar na sociedade brasileira tendo como um dos pressupostos a promoção do *desenvolvimento sustentável*.

b) Anexo B, p. 132: presente na Edição 1853, 12 de maio de 2004, p. 89-90, da BrasilConnects. O anúncio descreve um projeto de implementação de cursos acerca da preservação ambiental. O projeto tem como público-alvo os jovens e incentiva a

³ Especificamente na Edição 1204 (16 de out. de 1991, p. 10).

⁴ Desde 1995 circulam mais de um milhão de exemplares por semana, segundo dados da Edição 1569, p. 146, da própria revista.

responsabilidade sobre os recursos naturais, visando à construção de um futuro que defenda não só o Brasil, mas a natureza de todos os continentes.

c) Anexo C, p. 134: inclui-se na Edição 1910, 22 de junho de 2005, p. 12,-13, do Banco Real. O Banco Real investe, nesse e em outros anúncios veiculados na revista, no destaque do papel social que desempenha ao promover práticas “ecologicamente corretas” como a reciclagem, tanto dos materiais internos utilizados pela empresa, como o uso de papel reciclado nas folhas dos talões de cheque. Privilegia assim “práticas socioambientalmente corretas” (BANCO REAL, 2005).

d) Anexo D, p. 136: marca presença na Edição 2065, 18 de junho de 2008, p. 4-5, da Companhia Vale; último discurso que se insere no gênero *anúncio publicitário* na margem temporal previamente estabelecida. O anúncio da Vale procura construir a imagem de uma mineradora que se preocupa com questões culturais e ambientais, buscando sempre contribuir com as pessoas e com o meio ambiente onde atua.

e) Anexo E, p. 138: consta na Edição 1809, 2 de julho de 2003, p. 49. É um anúncio institucional, da empresa Centrais Hidrelétricas Furnas S.A. Os anúncios de Furnas na revista *Veja* abordam, principalmente, a preocupação que a empresa, sendo uma hidrelétrica e lidando diretamente com a natureza, tem em relação ao meio ambiente no qual atua. Isso acontece desde pesquisas pré-operacionais promovidas até a busca pela redução de impactos já causados. O anúncio aborda a questão da preservação da biosfera em torno da usina de Rio Grande.

Destacamos, assim, um dos primeiros e o último anúncio veiculado pela *Veja* entre os anos de 1991 e 2011. Vislumbra-se, portanto, uma perspectiva diacrônica na construção discursiva dos anúncios de *Veja* acerca da fórmula.

Para o capítulo III, *A fórmula e a interdiscursividade*, selecionamos o artigo “O infiel” de Luiz Felipe Pondé, veiculado no caderno *Folha Ilustrada* do jornal *Folha de São Paulo*, publicado na versão impressa e disponibilizado *online* no dia 16 de julho de 2012. O artigo, ao conjugar aspectos da ciência e da religião, que estão em torno do chamado *desenvolvimento sustentável*, traz à luz uma nova visão de mundo acerca da fórmula, como veremos.

O jornal *Folha de São Paulo* fora selecionado por instaurar uma comunidade discursiva diversa daquela da revista, pois, ao acrescentar variações temático-figurativas ao núcleo estabelecido, complexifica a configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável*. Faz emergir assim a interdiscursividade constituinte do discurso acerca da temática. Temos um discurso que, em sua fundação, é heterogêneo, pois procura conciliar o ponto de vista ambientalista ao discurso economicista, num só sintagma.

A estrutura da dissertação

A dissertação está, pois, organizada em três capítulos assim distribuídos:

Capítulo I – Fórmula: teoria e prática

Capítulo II – A fórmula no anúncio publicitário

Capítulo III – A fórmula e a interdiscursividade

O primeiro capítulo é o momento em que são apresentados os pressupostos teóricos aqui cotejados. Subdivide-se em duas partes principais, nas quais será abordada a noção de fórmula, vinculada à emergência do sintagma *desenvolvimento sustentável* e à confirmação da configuração discursiva.

Temos, então como foco duas noções: a de configuração discursiva, presente na semântica do nível discursivo do percurso gerativo do sentido da Semiótica e, em relação à Análise do Discurso, temos por base os desenvolvimentos acerca da noção de fórmula e da maneira como ela pode ser relacionada ao surgimento do sintagma representativo das angústias ambientais.

Considerando “[...] a configuração discursiva, que constitui um ímã de convergência semântica entre os textos, representado num núcleo constante de figuras, em torno da qual gravitam variações temático-narrativas” (DISCINI, 2004, p. 69), procurar-se-á dar conta da totalidade representada nas unidades, tanto dos anúncios publicitários, quanto do artigo de opinião analisados.

A noção de fórmula, seguramente, permite apreender o sintagma *desenvolvimento sustentável* e pensá-lo em sua relação com brechas vivenciais da contemporaneidade, oferecendo um ponto de vista privilegiado de observação desse fenômeno discursivo e possibilitando reflexões referentes a seu funcionamento na mídia, esfera ora privilegiada.

Pretendemos pensar os anúncios publicitários enquanto unidades que representam a totalidade, isto é, a totalidade dos discursos de tal gênero e sua relação com o *desenvolvimento sustentável*. Cada mecanismo analisado deve reiterar o fato de que as investigações a serem empreendidas em nível local se voltam ainda ao geral dos anúncios aqui representados.

Depois de compreender a noção de configuração discursiva e a forma como ela pode ser remetida na análise dos anúncios, no que tange à maneira como se constroem discursos concernentes ao tema *desenvolvimento sustentável*, visamos alargar o entendimento da própria fórmula, apreendendo as relações estabelecidas, implícita ou explicitamente, com no gênero *artigo de opinião*.

Procurar-se-á verificar a maneira como cada enunciado estabelece seu modo de significação e conseqüentemente seu modo de presença. Para tanto, as análises feitas da superfície textual procurarão corroborar com os dados obtidos nas profundezas dos mecanismos de significação.

Procuraremos analisar também como a noção de comunidade discursiva corrobora para a compreensão da fórmula nos dois veículos midiáticos considerados, o que deverá remeter a duas visões de mundo, portanto a duas formações discursivas, logo a configurações discursivas diferentes acerca da mesma temática.

Para além da noção de gênero, verificar-se-á que a fórmula, como configuração discursiva, extrapola os limites estabelecidos pela cena englobante e pela cena genérica, instalando-se na cenografia, como lugar de criação dos dispositivos próprios de validação da enunciação.

Salientamos que, com Maingueneau (2008a), entendemos assim esses conceitos: a cena englobante é aquela que determina amplamente o tipo de discurso no qual se enuncia; a cena genérica é determinada pelo gênero específico e a cenografia remete à enunciação como instabilidade subjetiva enunciada.

Ao final, encaminhamos uma reflexão em torno da noção de configuração interdiscursiva relacionada às formações ideológicas e discursivas a fim de entendermos melhor a noção de fórmula. Procurar-se-á, então, apreender como a noção de configuração discursiva pode ser concebida no campo da interdiscursividade.

Os discursos produzidos acerca do sintagma-objeto da pesquisa são compreendidos como variações da configuração discursiva própria da fórmula. Os gêneros considerados também se constituem como variações de uma invariante: o próprio núcleo temático *desenvolvimento sustentável*. A interdiscursividade, que

sustenta a invariante assinalada, é representativa de certas formações ideológicas e discursivas.

Capítulo I
FÓRMULA: TEORIA E PRÁTICA

1. PRIMEIRAS PALAVRAS

A Linguística sincrônica ao eleger seu objeto próprio de estudo, qual seja, a língua como “sistema de signos distintos correspondentes a ideias distintas” (SAUSSURE, 2006, p. 18), abdica o estudo da fala, compreendida como ato individual de uso desse sistema. Tal teoria tem por intuito pensar a língua estruturalmente pelos elementos que a compõem e pelas relações internas por eles travadas.

Os signos linguísticos integrados estruturalmente na formação da língua são dados pela união de um significante e de um significado, ou seja, de uma imagem acústica e de um conceito e cada signo tem o valor edificado na relação que estabelece com outros signos.

Tal delimitação da língua como objeto recorta a língua em uso, o que remonta a outras questões engendradas na construção da significação, as quais não poderiam naquele momento epistemológico serem consideradas. Nosso universo linguístico é formado pelo simbólico, e este é permeado pelo político, pelo social, pelo histórico etc.

Essa postura reflexiva (pós-saussuriana) em relação à língua foi desenvolvida pautada na não transparência do signo linguístico, que engendra a história e a ideologia como constituintes de sua formação, concretizando a opacidade característica da linguagem.

Tal opacidade compreende os signos nos moldes do momento sócio-histórico em que são produzidos. Porém, ela não dita o primado da individualidade, no qual todos os indivíduos seriam capazes de produzir quaisquer relações simbólicas. Existe um corpo social que rege tal construção, gerenciando o funcionamento e a circulação dos sentidos.

A língua circunscrita no mundo, sendo colocada em discurso – considerando todos os fatores engendrados nesse processo: as condições de produção, as formações ideológicas e principalmente a relação do simbólico com o histórico e com o ideológico –, é a língua que analisamos: a língua opaca, atravessada por diversos feixes que a erigem e a fazem ressignificar.

A materialidade linguística é o objeto concreto de trabalho das teorias discursivas, que veem nas produções linguísticas dos sujeitos a passagem do sistema da língua em discurso, à medida que reflete a ideologia. Desse modo, não se procura o sentido revelado por um texto, mas os modos velados de construção que o fazem significar.

A teoria Semiótica revela-se profícua na medida em que pensa a construção da significação mediante os níveis do percurso gerativo do sentido. A significação é estabelecida, porém, não só pelos mecanismos internos apreendidos nos níveis, mas nas relações estabelecidas entre os elementos internos e os elementos externos ao discurso, os quais também o fazem significar.

Para a Semiótica, os elementos externos ao discurso (assim chamados por outras teorias) podem ser apreendidos de três formas diferentes segundo Barros (2009): pela apreensão dos percursos temáticos e figurativos; pela análise da interdiscursividade ou pela relação das línguas naturais com o mundo natural.

As ideias aqui postuladas são, portanto, acolhidas na Semiótica greimasiana, por meio dos trabalhos de Barros (1988; 2009), Discini (2004; 2007) e Fiorin (2004; 2009), que procuram conjugar a análise interna – descrição e explicação dos mecanismos e regras que engendram os sentidos dos textos – à análise externa do texto – exame dos aportes de sentido que o contexto histórico-social estabelece.

O discurso como efeito de sentido é concebido no espaço onde o simbólico é afetado tanto pelo sistema da língua quanto pela história. Os sentidos não estão, dessa maneira, estabilizados, pois, ao serem colocados em discurso, atualizam-se as relações de significação que estavam dadas, e o sentido passa a ser entendido por intermédio de novos encadeamentos.

Os vestígios da enunciação, reiterados na materialidade linguística enunciada, devem ser apreendidos pelo pesquisador do discurso, que visa abranger o fenômeno da significação em seu processo mais amplo, colocado na intrínseca ligação com os fenômenos ideológicos.

O discurso deve ser encarado como apreensão momentânea de um processo abrangente, dado que todo dizer se relaciona com outros dizeres, anteriores e posteriores. A partir desse ponto de vista que nosso objeto se instala. Os discursos acerca da fórmula *desenvolvimento sustentável* buscam estabelecer a união com o interdiscurso, deslocando os sentidos e legitimando sua visão de mundo e suas práticas discursivas. É nesse jogo permanente que o sentido é negociado.

Na base enunciativa, ou seja, no enunciado como produto do processo engendrado pela enunciação está a possibilidade de desvelar-se a construção do sentido. Somente nas marcas visíveis reiteradas no discurso é possível que o estudioso da linguagem procure os vestígios das proposições colocadas dentro de seu quadro teórico.

Nossa proposta se insere numa análise discursiva de base enunciativa à medida que busca, na materialidade linguística, característica da noção de fórmula, o alicerce no qual estão embasadas outras questões políticas e sociais, caracterizadas pela fluidez, pelo movimento e pela heterogeneidade que permeiam a edificação do discurso ambiental em conjunção com o discurso econômico, apreendido no sintagma *desenvolvimento sustentável*.

2. A FÓRMULA

A pesquisadora que sistematiza o conceito de fórmula do qual nos valemos concebe o discurso do ponto de vista da Comunicação, compreendida como “[...] um conjunto de saberes e habilidades relativos à antecipação de práticas de retomada, de transformação e de reformulação de enunciados e de seus conteúdos” (KRIEG-PLANQUE, 2009, p. 1).

A Comunicação é, portanto, apreendida nos movimentos enunciativos que carrega, na construção dos simulacros entre enunciador e enunciatário, nas reiteraões que fundam as identidades, pautadas nos traços mais estabilizados de um discurso, mas também nos lugares de deriva, de escape, de transformações discursivas, nos quais o deslocamento relativo ao sentido retém nosso maior interesse.

Partindo da premissa acerca da opacidade da linguagem, o objetivo principal é apreender as práticas dos atores políticos e sociais através das cristalizações linguísticas que eles põem em funcionamento, à medida que, pelo processo comunicativo, elas são destacadas e colocadas em circulação em novos lugares discursivos.

A partir de um sintagma, reiterado no processo de circulação característico dessa concepção de Comunicação, é possível entrever os jogos de linguagem que preveem a instabilidade característica dos sujeitos, dos discursos e das próprias formações discursivas. O discurso como prática social é o lugar onde os atores políticos e sociais se constroem à medida que demonstram sua visão de mundo interpelada pela linguagem.

Em tal concepção, o discurso é reiterado em suas relações implícitas ou explícitas com outros discursos, ditos em outro lugar e em outro momento. Já há, então, o estabelecimento do primado da interdiscursividade como gerenciadora da própria discursividade.

O conceito de *desenvolvimento sustentável* tem papel notável na sociedade contemporânea, que busca se inserir no chamado paradigma ambiental constituindo-se por meio da preocupação que deve demonstrar com o meio ambiente. Tal postura passa, em parte, pela fórmula que é nosso objeto de pesquisa.

Uma palavra, entendida como um organismo vivo que circula na sociedade, pode ter, em algum momento, o que Krieg-Planque (2010) chama período de maior densidade, ou seja, período no qual há um aumento significativo em seu uso. Daí em diante, ela pode ser apreendida nos quadros teóricos da noção de fórmula, pois está assentada nos usos irrestritos que se fazem dela, multiplicando seus semas contextuais.

Determinado momento de maior uso e maior densidade sêmica é compreendido como aquele em que a palavra ganha visibilidade social, porque remete a questões consideradas centrais no debate político do momento histórico no qual está inserida. Com tal procedimento, apreendem-se os movimentos da história e da ideologia por meio do discurso.

A palavra como questão sócio-política e histórica é a palavra suscetível de tornar-se fórmula discursiva, ou seja, a palavra que não transparece, mas que vela o que diz. A palavra que mantém na aparência a estabilidade, mas que nas profundezas é puro movimento, pura instabilidade.

Em estado de fórmula, a palavra acentua a característica opaca da linguagem, (sempre atravessada por questões outras, de outras ordens, que não apenas linguísticas), à medida que também desvela a integração entre significante e significado, constituintes do signo linguístico, pois a fórmula possui estrutura significante partilhada, contudo o significado está em constante debate.

Courtine (1981), relendo Saussure e uma das dicotomias fundadoras da noção de signo, produz a conhecida metáfora da moeda, afirmando que, havendo um lado *coroa* (significante) partilhado entre os indivíduos, o lado *cara* (significado) não poderia ser tão facilmente apreendido, já que, deste lado, estão as possibilidades que permeiam os falantes de modos diferentes.

Para Krieg-Planque (2010, p. 56), “[...] nem todos inscrevem a mesma coisa no lado cara da fórmula, e é exatamente por essa razão que ela é uma questão central nos debates”. Por isso, a fórmula pressupõe uma forma significante estável e partilhada em contrapartida a diversos significados a ela engendrados.

A fórmula, além das características assinaladas, possui sistematizadas quatro propriedades principais, que podem ser preenchidas de forma *mais* ou *menos*

proporcional, ou seja, tais propriedades podem ser verificadas em medidas diferentes em cada objeto linguístico apreendido como fórmula.

Faz-se necessária uma breve apresentação de cada uma das propriedades da fórmula, pois é a partir de tal noção teórica que a pesquisa se delinea⁵. As características da fórmula, segundo Krieg-Planque (2010, p. 61), são: a) caráter cristalizado, b) dimensão discursiva, c) referente social e d) aspecto polêmico.

2.1. Caráter cristalizado

A noção de fórmula é compreendida como um sintagma que em dado momento passa a funcionar como ponto-chave dos debates públicos, agindo em diversos meios e por diversos enunciadores. Tal sintagma, porém, deve ser linguisticamente estável em sua estrutura significante para que seja apreensível na cadeia discursiva que o engloba.

Uma fórmula deve, portanto, ser passível de apreensão em sua materialidade linguística para que possa ser identificada nos diversos processos de retomadas e reformulações que a constituem. Ela pode, conforme Krieg-Planque (2010), ser uma unidade lexical simples, uma unidade lexical complexa, uma unidade léxico-sintática ou uma sequência autônoma.

Uma unidade lexical simples é, em sua constituição, caracterizada pela cristalização. O sintagma “globalização” é um exemplo, pois já é um condensado semântico estabilizado. Uma unidade lexical complexa é aquela constituída de um ou mais lexemas – “desenvolvimento sustentável”, “purificação étnica” são também exemplos. Já a unidade léxico-sintática e a sequência autônoma são constituídas por frases: a primeira pressupõe uma operação sintática, como em “desenvolver com sustentabilidade”; a segunda são os *slogans*, como em “*on a gagné*” (PÊCHEUX, 1990).

A cristalização, enfim, é um fenômeno de processo, dado que existe a subjetividade interpelando tal estabilização, visto que um sintagma só é compreendido como cristalizado pela definição dos próprios locutores, que, em certo contexto, atribuirão tal característica a uma sequência discursiva.

⁵ Para uma visão detalhada, acerca das características que propiciam uma leitura do *desenvolvimento sustentável* como uma fórmula discursiva, remeto à minha pesquisa anterior, disponível em: <http://lucianasalazarsalgado.files.wordpress.com/2012/08/cnpq_ic.pdf>

A concisão é também outro fator no processo da fórmula, que funciona no discurso ao modo de um bloco integrante da argumentação. A fórmula é o lugar discursivo onde incide o debate, portanto, “[...] um denominador comum de discursos” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 74).

Apreender o funcionamento de uma fórmula pressupõe a apreensão de seu contexto de produção, bem como dos lugares discursivos de que falam seus enunciadores. A fórmula não deve ser analisada de um ponto de vista absolutamente formal, visto que ela própria surge de um conglomerado de variantes alocadas ao seu redor, as quais a mantém em funcionamento no centro desse processo.

A fórmula *desenvolvimento sustentável* considerada na totalidade da revista *Veja*, por exemplo, permanece no significante estruturalmente estabilizada desde seu surgimento na edição 1204, de 16 de outubro de 1991. Apreende-se, porém, em 1978⁶ o uso do termo *ecodesenvolvimento*, bem como a nominalização a partir de 1999⁷ para *sustentabilidade*, ou o ainda uso do sintagma *desenvolvimento com sustentabilidade* em 2009⁸.

As variações atestam o funcionamento discursivo da fórmula, que extrapola os limites dados na estabilidade da cristalização, tanto pelas novas construções linguísticas que passam a fazer parte de seu funcionamento, quanto pelos diversos significados a ela atribuídos.

Na contemporaneidade verifica-se a correlação estabelecida entre os termos *economia verde* e as derivações adjetivais, *turismo verde*, *design verde*, *desenvolvimento verde* etc., ou a prefixação eco-, dada em *ecofrota*, *ecobag*, *ecocopiadora* etc., como novos deslocamentos da fórmula principal *desenvolvimento sustentável*.

A fórmula invariante principal mais estabilizada e mais apreensível na cadeia sintagmática é também o conjunto das variantes derivadas, já que o sucesso de seu funcionamento como fórmula é atestado pelas variações que dela advêm. Quanto mais utilizadas, mais deslocamentos serão sofridos pela fórmula, ilusoriamente apreendida em apenas uma estrutura significativa.

Apesar de tal afirmação ser verdadeira, uma fórmula só pode ser apreendida como objeto científico se considerada em certo estado e tempo delimitados. De outra

⁶ VEJA, Edição 517, de 2 de agosto, de 1978, p. 50-51.

⁷ VEJA, Edição 1598, de 19 de maio, de 1999, p. 8.

⁸ VEJA, Edição 2128, de 2 de setembro, de 2009, p. 22

maneira, a pesquisa é invalidada por seu caráter inexecutável, posto que possuirá um objeto inapreensível como um todo.

Designamos acima as variações, derivadas da fórmula *desenvolvimento sustentável*, para explicitar o fato de que subjacente à cristalização, dada na estabilidade significativa, a fórmula é puro movimento: movimento estrutural, quando se desloca pelos processos formais da língua, e movimento discursivo, quando os vários sentidos se constroem historicamente em torno dela.

2.2. Dimensão discursiva

Apreender um sintagma em sua materialidade linguística, ou seja, em sua estrutura significativa estável, é base da noção de fórmula, que pode ser assim considerada uma noção linguística. Porém, ela é ainda uma noção discursiva, pois está pressuposta a ideia de sua colocação em uso. Uma fórmula não é concebida *a priori*; apenas nos discursos que produz, ela poderá ser compreendida enquanto tal.

A fórmula nasce da cristalização linguística em torno da qual está assentada sua discursividade e sua capacidade de inserir-se historicamente como ponto central nos debates. No momento em que uma sequência linguística apreensível materialmente passa a funcionar em diversos discursos, ela ultrapassa seus limites formais e se insere na dimensão discursiva.

Em tal sintagma, que mantém na aparência a estabilidade dada no significativo que mais circula, irrompe a instabilidade, determinada tanto pelo contexto como pelos diversos lugares discursivos de que é enunciada. A fórmula possui em si a maleabilidade relativa à construção de seus efeitos de sentido.

A título de exemplo, atualmente no cenário político brasileiro, há uma intensa discussão a respeito do *mensalão*, neologismo criado para designar o processo ilícito de compra e venda de voto dos parlamentares, que constituem o poder legislativo federal, composto pela Câmara dos Deputados e pelo Senado.

Segundo Alves (1994), um neologismo é criado para designar uma nova realidade, um novo conceito que ainda não existe na língua onde surge, e é desse modo, testemunho de uma evolução da sociedade propiciada pelas transformações sociais e culturais.

O neologismo *mensalão*, que irrompe a partir do lexema *mensalidade*, é criado para significar esse novo esquema de corrupção, no qual os parlamentares, que vendiam seus votos, recebiam a mensalidade designada.

Entretanto, tal neologismo criado por um dos envolvidos nesse esquema, extrapola os limites de onde surge e passa a funcionar em outros lugares discursivos, sendo utilizado por outros atores sociais. Todo locutor, nesse contexto histórico brasileiro, passa a ser confrontado com tal sintagma, que pode funcionar como uma fórmula.

Extrapolando sua construção linguística material, que permanece estável no lexema *mensalão*, seus usos discursivos a fazem ressignificar. A fórmula *mensalão* passa a nomear tanto o esquema ilícito (“O julgamento Mensalão”), quanto significar qualquer processo de corrupção, que não apenas esse específico (“aquele político faz parte do mensalão” – para designar um político corrupto).

Com o exemplo, intentamos demonstrar brevemente como a fórmula funciona tanto pelo caráter cristalizado – que a faz ser apreendida, reiterada e deslocada – quanto pelo caráter discursivo e instável, à medida que extrapola os limites de sua materialidade, passando a funcionar como local de convergência de ideais.

Uma sequência discursiva, que sofre um forte aumento em sua utilização devido um processo sócio-histórico, é uma sequência que extrapola os limites dados em sua cristalização linguística e passa a funcionar como catalisadora de processos outros que a investem de significação.

O aumento da circulação desse sintagma, que, apreendido no regime de fórmula, extrapola sua invariância nuclear relativa à materialidade significante, dada no sintagma *desenvolvimento sustentável*, faz emergir as relações variantes colocadas pelo seu uso irrestrito no momento histórico em que passa a funcionar como condensado, não só semântico, mas de lugares discursivos diversos.

2.3. Referente social

A noção de referente é tradicionalmente compreendida em Linguística como “objetos do mundo “real” que as palavras das línguas naturais designam” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 413). O referente é uma construção linguística que remete à “realidade”.

Porém, como é sabido, a língua não é uma nomenclatura, que conecta uma palavra a uma coisa concreta, mas um significante que se ancora a um significado. Elaborar uma teoria que considera o conjunto dos referentes é tarefa impossível, segundo Greimas e Courtés (2008).

A linguagem constrói o mundo que pretende significar. A questão do referente em Linguística remonta à complexa relação estabelecida entre “duas semióticas (línguas naturais e semióticas naturais, semiótica pictural e semiótica natural, por exemplo), um problema de intersemiotividade” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 415). Pensada dessa maneira, a noção de referente perde a necessidade de existir como conceito linguístico.

Além disso, o referente pode ser compreendido como referência caracterizada pela remissão a dado contexto linguístico, portanto como anafórico. Instaura-se a relação enunciação-enunciado, dado que ele constrói no discurso o contexto a que se refere.

Após a remissão feita a Greimas e Courtés (2008) acerca da complexidade do conceito de referente, vemos que a fórmula contém e recria um referente social. Alice Krieg-Planque (2010) ao propor esta, como uma de suas características, reforça a compreensão da fórmula como lugar discursivo no qual o enunciador se constrói enquanto sujeito social.

Para além da remissão a um contexto linguístico, a fórmula remete à questões sócio-políticas que estão em voga em dado momento histórico. Desse modo, a fórmula é um referente social à medida que se erige como espaço do debate e da polêmica que a caracteriza no embate ideológico que permeia a língua em sua construção simbólica.

Uma fórmula, concebida como expressão de lugares discursivos diversos, é um referente social à medida que possui uma significação heterogênea, por vezes até contrária, ligada aos atores políticos e sociais que a enunciam. Uma sequência linguística, que passa a funcionar em dado momento histórico na sociedade como expressão de questões políticas e ideológicas, é uma sequência que entra em contato com diversos enunciadores, passando a funcionar em função deles.

Constituindo-se como um signo conhecido, notado pelos locutores de certa comunidade em dado período, a fórmula passa a ser “[...] um signo que evoca alguma coisa para todos num dado momento” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 92) e, por isso mesmo, funciona como um referente social, visto que os atores sociais nela inscrevem suas concepções e nela constroem seus próprios simulacros.

Afirmar que a fórmula torna-se um signo notado por todos implica considerar seu funcionamento em diversos discursos, em várias esferas de comunicação, invadindo o espaço social. A fórmula *desenvolvimento sustentável* surge na esfera institucional em 1987, no Relatório de Brundtland e, a partir de então, verifica-se seu uso em anúncios publicitários, em artigos de opinião, em debates televisivos, nas artes, no discurso científico, na religião, na política etc.

O *desenvolvimento sustentável*, como fórmula discursiva, torna-se assim o lugar onde os locutores irão inscrever suas concepções acerca do tema que abrange a preocupação com o meio ambiente, do mesmo modo em que eles se constituem como sujeitos sociais à medida que se discursivizam no mundo.

2.4. Aspecto polêmico

A fórmula, linguisticamente cristalizada, funciona no espaço público sendo discursivizada e recriando no seu interior um referente social: um lugar onde os sujeitos se constituem enquanto tais em relação ao mundo, por meio da linguagem. Dessas características, surge conseqüentemente uma relação pautada na polemicidade constitutiva de tal processo.

O fato de haver um denominador comum, a fórmula como objeto linguístico cristalizado partilhado entre locutores tão diversos, faz emergir uma relação polêmica, já que, ao discursivizar, ao tomar parte no debate, o sujeito se coloca socialmente no mundo e se constrói como simulacro.

Cada locutor, socialmente constituído, procurará imprimir na fórmula uma significação, daí se inicia o processo polêmico, posto que a ideologia, compreendida como “visão de mundo” (FIORIN, 2004) que permeia as produções discursivas, é primordialmente tão diversificada quanto os grupos sociais que dela se utilizam.

A fórmula *desenvolvimento sustentável* é vista por grande parte dos sujeitos como uma forma de agir corretamente no mundo, por intermédio da reciclagem, ou a diminuição no consumo de água, por exemplo. As extratoras de minério, por outro lado, veem o *desenvolvimento sustentável* na melhoria da qualidade de vida que propiciam a seus consumidores. Já para as lojas que vendem móveis feitos de madeira, o *desenvolvimento sustentável* está assegurado na garantia de proveniência da madeira de reflorestamento.

A polemicidade desponta em tais brevíssimos exemplos, visto que cada sujeito, socialmente constituído, traz para seu universo de sentido a fórmula, e a ressignifica conforme suas categorias. Daí a quarta característica da fórmula: o caráter polêmico.

3. UM OLHAR SEMIÓTICO SOBRE A FÓRMULA

A breve apresentação dos princípios que regem o funcionamento da noção fórmula, apreendidos nas quatro propriedades: caráter cristalizado, dimensão discursiva, referente social e aspecto polêmico, serve como ponto de partida para as reflexões posteriores, que têm como base tal noção.

A Semiótica greimasiana, em uma das possibilidades de leitura acerca da noção teórica de fórmula, pode pensá-la segundo sua configuração discursiva própria, que remete aos temas e às figuras por ela abarcadas.

De acordo com Fiorin (2009), a análise discursiva, ao apoiar-se na semântica do nível discursivo do percurso gerativo do sentido, pode depreender a determinação sócio-histórica e ideológica dos temas e figuras engendrados na construção discursiva, à medida que eles trazem ao discurso o modo de ver e de pensar o mundo de dado grupo social.

Um sintagma destacado passa, então, no entendimento de Krieg-Planque (2010), a funcionar dentro do regime de fórmula quando possui as quatro características principais. Porém, a própria autora afirma que a noção é fluida e compreende as características, por ela elencadas, de forma gradual, sendo “[...] as propriedades [...] fatos verificáveis em *continua*, e não mensuráveis em termos de presença ou ausência” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 111).

O caráter discursivo da fórmula remete à relação que nela se estabelece, pois, apesar de a noção estar enraizada na materialidade linguística, ela é da ordem discursiva, uma vez que um sintagma só pode ser definido no regime de fórmula quando é destacado e passa a circular na sociedade.

Um sintagma qualquer não emerge como fórmula, ele toma corpo na circulação em diversos discursos que o fazem impregnar-se de tal funcionamento. O caráter discursivo, portanto, contribui para a definição de um sintagma enquanto fórmula. A característica de referência social implica o conhecimento que o sintagma evoca,

constituindo-se como signo partilhado pelos leitores em algum momento, os quais (em maior ou menor grau) serão requisitados a se posicionar em relação a ele.

Compreendemos que existe um aumento na utilização da fórmula *desenvolvimento sustentável*, como consequência direta de um acontecimento histórico relevante mundialmente: o aumento da preocupação com a preservação ambiental em conjunto com formas alternativas de desenvolvimento econômico. Desde seu surgimento, o sintagma passou a ser utilizado irrestritamente, e todo sujeito se viu em posição de relacionar-se a ele.

Procuramos considerar a noção teórica de fórmula dentro de seu próprio funcionamento, que pressupõe, por um lado, a destacabilidade e, por outro, o acontecimento discursivo que a faz emergir no debate público, entendido como sendo o *Relatório de Brundtland*, no qual o conceito é elaborado.

Esse acontecimento primeiro oferece as condições necessárias para que tal sintagma seja destacado e posteriormente passe a funcionar como fórmula, por ele ser compreendido como síntese das proposições que vinham sendo empreendidas nos encontros mundiais relativos à temática ambiental.

A teoria Semiótica greimasiana, em sua construção metodológica, demonstra-se capaz de lidar com questões outras que não apenas aquelas relacionadas à estrutura de um discurso. Pensar a significação faz parte de seu projeto, e a teoria, a partir do exame da aparência dos textos, é capaz tanto de desvelar aspectos da imanência quanto da relação interdiscursiva ou social que um discurso engendra em seu funcionamento.

Confirma-se, portanto, como objetivo principal, partir de uma análise dos elementos internos, procurando investigar estruturalmente o texto em sua construção linguística, que, como verificaremos, faz emergir questões outras que extrapolam a superfície textual.

Apoiados na teoria greimasiana pretendemos desvelar a construção intrínseca desses textos, considerando a estruturação do sentido baseada no percurso gerativo que “[...] vai do mais simples ao mais complexo, do mais abstrato ao mais concreto” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 232), focalizando principalmente o nível discursivo, dentre o fundamental e o narrativo, pelos quais a significação é construída, pois na perspectiva semiótica, a fórmula se instala no nível discursivo.

Para tal teoria discursiva iniciada por Greimas, o sentido está estruturado na passagem por esses níveis. Por isso, lançaremos breve olhar sobre o instrumental teórico

de base da Semiótica. Tal pausa faz-se necessária para posteriormente avançarmos na problematização teórica da noção de fórmula.

O percurso gerativo do sentido é parte principal da metodologia Semiótica, “[...] no qual estão organizados os procedimentos de construção textual e articulação da significação” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 232) e, como sabemos, é tripartido em níveis: fundamental ou profundo, narrativo e discursivo.

No nível profundo, estão situadas questões referentes à construção mais geral da significação, estruturadas com apoio na concepção da relação quaternária do quadrado semiótico, que considera a oposição fundamental na qual o discurso se constrói. Nele também estão postuladas questões concernentes à axiologização das categorias referentes à classificação tímica de *euforia* vs. *disforia*.

Já no nível narrativo, os valores mínimos de sentido, postulados no nível fundamental, ganham um revestimento relacionado aos actantes sujeito, antissujeito e objeto de valor, os quais têm uma relação ora conjunta, ora disjunta; e às relações entre destinador e destinatário.

É traçado, nesse nível, o programa narrativo do sujeito, o que o faz ser considerado “[...] o simulacro do fazer do homem que transforma o mundo” (BARROS, 1988, p. 28). Dessa maneira, considera-se a modalização do sujeito segundo os valores de *querer*, *dever*, *saber* e *poder*.

A fórmula, vista pela Semiótica, se instala no nível discursivo do percurso gerativo, pois é nele que se encontra a enunciação, sempre pressuposta nas marcas visíveis do discurso que, na superficialidade, revela questões internas a seu mecanismo enunciativo.

As categorias de pessoa, espaço e tempo relativas à sintaxe discursiva, bem como as noções de tematização e figurativização concernentes à semântica discursiva, oferecem, na superfície, traços para a análise de valores subjacentes ao discurso.

Nessa perspectiva, consideraremos principalmente o nível discursivo por sua capacidade de revelar, internamente ao discurso, questões diversas para a análise, demonstrando o alcance do instrumental metodológico da Semiótica greimasiana em pensar, entre outras noções, a ideologia, visto que “[...] é no nível superficial, isto é, na concretização dos elementos semânticos em estrutura profunda, que se revelam, com plenitude, as determinações ideológicas” (FIORIN, 2004, p. 21).

Encontrou-se, na proposta teórica e metodológica da Semiótica adotada, a possibilidade de refletir acerca de mecanismos diversos que não somente os internos à

estrutura discursiva e, ainda, considerar essas relações internas como apoio para as relações que as circunscrevem.

As noções de tema e figura são o grande ponto de partida para a reflexão, devido ao investimento semântico que oferecem ao discurso que vem no percurso desde o nível profundo. Tema pode ser assim considerado um “[...] elemento semântico que designa um elemento não presente no mundo natural, mas que exerce o papel de categoria ordenadora dos fatos observáveis.” (FIORIN, 2004, p. 24). É, assim, mais abrangente e menos específico (ou menos concreto) que a figura, compreendida, por sua vez, como “[...] elemento semântico que remete a um elemento do mundo natural” (FIORIN, 2004, p. 24).

As noções de tema e figura corroboram na reflexão acerca da percepção que o sujeito tem da realidade se consideramos que os temas “[...] reconstroem o mundo, dado como representação conceitual e simbólica” (DISCINI, 2007, p. 270). Desse modo, o tema do aumento da preocupação ambiental, é permeado pela circulação da fórmula *desenvolvimento sustentável*, que o corporifica.

Podemos concluir que tema é *menos* concreto que figura, pois ele ainda permanece num nível de abstração não correspondente ao mundo natural, tal como a figura que é assim *mais* concreta e remete a elementos externos ao discurso, que cria o simulacro da realidade.

Estas noções não estão situadas em categorias estáticas, já que devem ser consideradas em graus de concretude e graus de abstração. Por isso, utilizamos as denominações *mais* e *menos*, no intuito de delimitar essa ressalva no que tange à gradação.

Essas duas noções, tema e figura, pressupõem duas ações, a tematização e a figurativização. A tematização, em linhas gerais, é o reconhecimento “[...] a partir de uma ou várias isotopias⁹ figurativas, uma isotopia *mais* abstrata subjacente aos conteúdos figurativos” (BERTRAND, 2003, p. 431, grifo nosso). Já a figurativização está mais ligada “[...] ao investimento semântico, pela instalação das figuras do conteúdo que se acrescentam, ‘recobrando-o’, ao nível abstrato dos temas” (BARROS, 1988, p. 116).

⁹ “De caráter operatório, o conceito de isotopia designou, inicialmente, a iteratividade, no decorrer de uma cadeia sintagmática, de clasemas que garantem ao discurso-enunciado a homogeneidade”. (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 276).

Tendo em vista essas duas noções primárias da teoria Semiótica, as quais estão situadas no nível discursivo do percurso gerativo do sentido, teremos como ponto de partida, a noção de configuração discursiva. Para tanto, consideraremos inicialmente os trabalhos de Fiorin (1990, 2009), Barros (1988, 2009) e Courtés (1979-1980).

A configuração discursiva é uma noção que está assentada nos desenvolvimentos da *Sémantique Structurale* (1966)¹⁰, obra de Greimas, na qual o autor discorreu acerca do processo de significação enquanto centro das teorias do homem, argumentando, logo na introdução, que “[...] o mundo humano se define essencialmente como mundo da significação¹¹” (GREIMAS, 1973, p. 11).

Apesar de a significação estar, segundo o autor, ocupando na época papel central nos estudos sobre o homem, ele assinalou o papel diminuído da semântica no interior da ciência denominada Linguística, argumentando que “[...] a semântica procurou apenas tomar emprestados seus métodos quer da retórica clássica, quer da psicologia da introspecção¹²” (GREIMAS, 1973, p. 12). O lituano mencionou, desse modo, a dificuldade de delimitação de seu objeto próprio, assim como métodos para pensá-lo.

O autor propôs uma reflexão centrada nos mecanismos internos da significação, elegendo as línguas naturais como objeto de estudo e excluindo a relação direta entre os signos e as coisas. Salientando o linguístico como interface dessas duas instâncias, pois “[...] referir-se a *coisas* para explicar *signos*, não é mais que uma tentativa de transposição, impraticável, das significações contidas nas línguas naturais a conjuntos significantes não-linguísticos¹³” (GREIMAS, 1973, p. 21).

Tendo por base o pensamento saussuriano de que o valor se encontra “[...] determinado por aquilo que o rodeia” (SAUSSURE, 2006, p. 135), Greimas, na referida obra, instaurou a relação como princípio da significação na linguagem, argumentando que “[...] percebemos diferenças e, graças a essa percepção, o mundo ‘toma forma’ diante de nós, para nós¹⁴” (GREIMAS, 1973, p. 28).

¹⁰ Visando a melhor possibilidade de organização, optamos por transcrever os trechos da versão brasileira (Semântica Estrutural, 1973) no corpo da dissertação possibilitando o acesso, nas notas de rodapé, aos mesmos trechos advindos do original em francês (*Sémantique Structurale*, 1966).

¹¹ “[...] *le monde humain nous parait se définir essentiellement comme le monde de la signification*” (GREIMAS, 1966, p. 5).

¹² “[...] *elle [la sémantique] n’a cherché qu’a emprunter ses méthodes, tantôt à la rhétorique classique, tantôt à la psychologie de l’instrospection*” (GREIMAS, 1966, p. 6).

¹³ “[...] *le rejet des conceptions linguistiques qui définissent la signification comme la relation entre les signes et les choses, et notamment le refus d’accepter la dimension supplémentaire du référent*” (GREIMAS, 1966, p. 13).

¹⁴ “[...] *nous percevons des différences et, grâce à cette perception, le monde <prend forme> devant et pour nous*”. (GREIMAS, 1966, p. 19).

Desse modo, o mundo só é significado, ou a significação só é construída, por meio da relação que as palavras mantêm entre si: uma palavra isolada não comporta significação. Essa noção remete à *estrutura elementar* da significação.

Esse postulado, o da relação como mecanismo principal intrínseco à construção da significação, está assentado nos estudos das relações fonológicas¹⁵, que marcam, no plano da expressão, as diferenças entre os fonemas. Ele será transposto ao nível semântico, no qual a relação não estará mais entre fonemas, mas entre os lexemas e os semas.

No plano da expressão, no nível fonemático, o fonema /t/ carrega em si os femas consonantal, alveolar e oclusivo, como traços gerais que o diferenciam de outros fonemas; assim como, no plano do conteúdo, no nível lexemático, o lexema *vaca* carrega em si os semas bovino, adulto e fêmea, como traços que o diferenciam de outros lexemas. Passa-se de uma análise centrada no plano do significante a uma análise focada no significado.

Desse mínimo de relação estabelecido no plano da expressão (PE) que é transposto ao plano do conteúdo (PC), depreende-se que a *estrutura elementar*, nesse segundo plano da linguagem, possa ser pensada em termos de um eixo semântico, ou seja, de uma articulação sêmica.

As unidades mínimas da língua feita discurso são, juntamente com os morfemas gramaticais, os fonemas e os lexemas¹⁶, aqueles constituídos de femas e estes de semas. Porém, para se pensar a significação, deve se considerar apenas aquelas grandezas pertencentes ao plano do conteúdo: o lexema, uma vez que “[...] o registro das separações diferenciais no nível da expressão [...] não constituirá jamais senão um sistema de exclusões que não trará nunca a menor indicação sobre a significação¹⁷” (GREIMAS, 1973, p. 44).

Greimas analisa o lexema, que é por ele considerado o componente dotado de menor significação num discurso, como sendo formado de semas e, de forma relativamente estável. O lexema é entendido como um semema, como um efeito de

¹⁵ Amplamente pesquisada pelo Círculo Linguístico de Praga e de Copenhage.

¹⁶ “O lexema não é, por conseguinte, nem uma unidade delimitável do nível dos signos, nem uma unidade do plano do conteúdo propriamente dito. Enquanto configuração que reúne, de modo mais ou menos acidental, diferentes semas, o lexema apresenta-se antes, como o produto da história ou do uso, do que como o da estrutura” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 283).

¹⁷ “[...] l'enregistrement des écarts différentiels au niveau de l'expression, aussi sûr et aussi exhaustif qu'il soit, ne constituera jamais q'un système d'exclusions et n'apportera jamais la moindre indication sur la signification” (GREIMAS, 1966, p. 31).

sentido estruturado pela composição de um núcleo sêmico (Ns) e de semas contextuais (Cs), consoante definição do autor¹⁸:

Quadro 1 – Semema

O estudioso afirma que o semema é constituído de um núcleo sêmico (figura nuclear, subdividida posteriormente entre figuras simples e figuras complexas) e de classemas (bases classemáticas). Considera-se o núcleo sêmico como o mínimo sêmico permanente e invariante; e os classemas, enquanto semas contextuais, aqueles que variam conforme o contexto no qual o semema está inserido, responsáveis pela variação de sentido que sofrem.

A distinção entre lexema e semema não é simples; conforme Greimas, o lexema “[...] aparece como um modelo virtual que abrange o funcionamento inteiro de uma figura de significação recoberta por um formante, mas anterior a qualquer manifestação no discurso, que só pode produzir sememas particulares¹⁹” (GREIMAS, 1973, p. 70). A partir dessa constatação, compreendemos que o lexema é mais extenso e não realizado nas estruturas da língua, permanecendo no âmbito da enunciação, enquanto o semema é pontual e realizado linguisticamente.

3.1. Motivo e Semiótica

Apreender a significação a partir de seu componente mínimo, o lexema, foi o propósito de Greimas (1966) ao arquitetar as relações que se estabelecem no interior do semema. Desse mesmo ponto de vista, Courtés (1979-1980) tratou a problemática do motivo como uma nova arquitetura da significação em um âmbito mais amplo, o discurso pensado enquanto totalidade.

¹⁸ (GREIMAS, 1973, p. 62).

¹⁹ “[...] apparaît ainsi comme un modèle virtuel subsumant le fonctionnement entier d’une figure de signification recouverte par un format donné, mais antérieur à toute manifestation dans le discours, qui, lui, ne peut produire des sémèmes particuliers” (GREIMAS, 1966, p. 51)

Ao instaurar as relações que a narrativa mantém, focando a noção de motivo, Courtés expande as reflexões desenvolvidas por Greimas em nível lexical, já embasadas nos estudos fonológicos, para o nível discursivo. Passa-se, então, de uma reflexão acerca das estruturas mínimas de significação, como o lexema no plano do conteúdo, para uma reflexão em torno da estrutura narrativa dos contos.

A noção de motivo foi elaborada no século XIX no interior da Etnoliteratura e era considerada como histórias que circulavam e se expandiam, tomando os contornos culturais do lugar em que se fixavam. Porém, com os desenvolvimentos da Semiótica narrativa durante o século XX, o interesse pelas operações que essa noção engloba e por sua mobilidade teórica aumentou, principalmente no que concerne à construção da noção de intertextualidade.

Courtés (1979, p. 10) define o motivo como “[...] *un micro-récit élémentaire, comme une séquence discursive de type figuratif, qui s’inscrit généralement dans un récit plus large et qui est susceptible de se retrouver en des versions, ou même en des contes-types différents*”. A noção de motivo pode ser pensada pelo paralelismo que mantém com a definição de lexema, considerando as proporções anteriormente mencionadas.

Greimas, no *avant-propos* deste artigo de Courtés (1979, p. 6), faz menção a essa possível relação ao afirmar que “[...] *le motif peut être considéré la définition syntagmatique du lexème*”. Desse modo, o motivo está investido das configurações do universo semântico de um discurso, ao passo que o lexema o está no nível da frase. O motivo está relacionado ao universo discursivo e o lexema, ao universo frasal.

Assim como Greimas (1966) define o lexema, realizado em semema, composto de duas unidades distintas, o núcleo sêmico e os classemas, Courtés (1979) faz a distinção entre motivo (ou configuração²⁰) e “*motifème*”, que traduziremos como motivema (ou percurso configurativo), sendo o motivo virtual e englobante do “motivema”, e este considerado na realização no discurso dessa configuração.

O motivema é formado de um núcleo configurativo e uma base configurativa contextual. O núcleo configurativo, segundo Courtés (*idem*), é ainda subdividido em percurso figurativo, no qual o autor se detém, e percurso sintático; enquanto a base configurativa contextual, em percurso temático e percurso narrativo. Courtés (1980, p.

²⁰ Notemos que o autor não faz distinção entre os termos *motivo* e *configuração*, como ele mesmo afirma “*nous utiliserons désormais indifféremment les termes de “configuration” et de “motif”*” (COURTÉS, 1980, p. 7).

8) propõe um esquema para melhor visualizar a correlação. Vejamos, a seguir, uma adaptação nossa do quadro com o intuito afim ao do semioticista francês:

Quadro 2 – Lexema e configuração discursiva

A noção de figura está, portanto, assimilada ao núcleo do motivo, pois este é em si considerado de tipo figurativo e, conforme Courtés (1979, p. 24) define: “[...] *le motif comme l’habillement figuratif d’un programme narratif*”. Mesmo no *Sémiotique: Dictionnaire Raisonné de la théorie du langage II* (GREIMAS; COURTÉS, 1986, p. 51), a definição de ‘*configuration*’ remonta a duas ideias já apontadas por nós: sua conexão com um núcleo figurativo e sua equivalência em relação ao conceito de motivo. Este é defendido como: “*Ensemble de figures isotopes sous-tendu par une forme thématico-narrative et susceptible de s’inscrire en des contextes variables, d’être pris en charge par des thématisations différentes*”.

3.2. Configuração discursiva e nuclearidade da fórmula

A noção de configuração discursiva pode ser compreendida como a maneira de estruturação da significação de um discurso, relacionando as noções de tema e de figura. Além de explorar as relações temáticas e figurativas, a configuração discursiva remete à narratividade da construção entre os atores do enunciado.

Refletir acerca da configuração discursiva de um discurso é vislumbrar sua organização interna, é refletir sobre os mecanismos subjacentes que dão corpo ao

enunciado, que o sustentam em seu processo intrínseco e em sua relação com outros discursos.

Proporemos reflexões centradas nos desenvolvimentos do pensamento de Greimas (1966) e de Courtés (1979-1980), porém, alguns arranjos serão acrescentados por demanda do *corpus* selecionado e como proposição nossa, resultante de nossas investigações científicas. A teoria que nos fornece apoio muito contribui para com os objetivos tencionados, mas, sendo parte da pesquisa científica, faremos algumas considerações, de modo que nossa proposta possa também, minimamente, mobilizar a teoria.

Fizemos o percurso teórico a partir das pesquisas de Greimas (1966) acerca da estrutura do lexema, passando ao nível amplo do discurso com Courtés (1979-1980). Fiorin (2009, p. 107) assinala essa relação, afirmando:

Uma configuração discursiva é um lexema do discurso que engloba várias transformações narrativas, diversos percursos temáticos e diferentes percursos figurativos. Uma configuração reúne, pois, um núcleo comum de sentido e variações figurativas [...], variações temáticas [...] e variações narrativas”.

Barros (1988, p. 120) também colabora com a questão ao apontar: “Define-se configuração discursiva como uma espécie de ‘lexema do discurso’, que subsume vários percursos figurativos e temáticos, além dos narrativos, e conta com algumas figuras invariantes”.

Partindo dos estudos a respeito do lexema, pudemos acompanhar o pensamento de Courtés (1979-1980) na nossa tentativa de erigir uma *estrutura elementar* do discurso, na qual fosse possível vislumbrar mecanismos que constroem e, conseqüentemente, fazem significar a fórmula, como grandeza discursiva e interdiscursiva.

Apreender temas e figuras, bem como identificar a estrutura narrativa de um discurso, questões ligadas à noção de configuração discursiva, é lidar com ferramentas que contribuem na compreensão global de um texto, desde o modo como ele foi estruturado, passando pela maneira como é apresentado ao enunciatário e chegando até as relações travadas no âmbito da interdiscursividade.

As ferramentas semióticas, que possibilitam entrever os mecanismos internos de construção da significação, são de grande valia, tendo em vista que contribuem na compreensão de um texto de forma estrutural, e não apenas regida pelos valores do

analista. O conceito de configuração discursiva acrescenta, portanto, algo ao entendimento de estruturas internas e da capacidade de relacioná-las ao que as circunda.

Homologar tal noção aos desenvolvimentos acerca do conceito de fórmula (KRIEG-PLANQUE, 2010) torna-se possível na medida em que a configuração discursiva é capaz de respaldar estruturalmente as características formulaicas apontadas, principalmente o caráter de referente social internalizado e o caráter polêmico da fórmula.

Uma fórmula é definida centralmente pela heterogeneidade da significação, constitutiva de seu funcionamento. Isso porque, ao tornar-se uma sequência partilhada, ou seja, um referente social, sendo “[...] um signo que evoca alguma coisa para todos num dado momento” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 92), apresenta, a ela pressuposta, a citada heterogeneidade.

A fórmula é “portadora de questões sociopolíticas” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 100) enquanto se relaciona diretamente aos locutores, que, por intermédio dela, constroem suas acepções e suas compreensões próprias do que ela constitui no momento histórico dado. Isso acontece, pois, “[...] polemizando em torno dela, os atores-locutores não polemizam ‘por nada’: eles polemizam por uma descrição do real” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 100). A própria noção do que seja o real é polêmica, lembremos.

Ao intentarem inscrever-se sócio-historicamente, mediante a linguagem, especificamente pelo uso das fórmulas, os locutores exacerbam o caráter polêmico, construindo posições em relação a ela, constitutivamente variadas.

A variação característica é nosso objeto específico, posto que essas questões afloram na superfície discursiva, na qual se engendram os temas e as figuras do processo de construção da significação. A noção de configuração discursiva vem, assim, oferecer método de análise relativo às maneiras que o sujeito tem de se inscrever no mundo por intermédio da fórmula.

A fluidez da noção de fórmula, seguramente, permite que a pensemos no quadro metodológico da Semiótica, por meio da noção de configuração discursiva, visto que “[...] a grande diversidade de silhuetas e figuras sob as quais é possível encontrá-lo [*o objeto fórmula*] – faz da noção de fórmula uma noção heurística, suscetível de ser sempre recolocada, revisitada, redefinida” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 112).

Respeitando os limiares nos quais a teoria nos lança, pretendemos, minimamente, refletir sobre tal noção, abarcando, principalmente, os caracteres de

referencialidade social e de polemicidade, que remetem às diversas configurações discursivas que a permeiam.

Podemos, assim, cotejar o diálogo entre as duas noções (fórmula e configuração discursiva) pelo fato de ambas refletirem acerca de um centro estável – no caso da configuração, o núcleo configurativo; no caso da fórmula, ela própria –, sob o qual se depreendem variações de acepções, de ideais, de modos de vida, ora pensados como variações contextuais. Não poderemos examinar as variações sem atentarmos às invariantes ou constâncias subjacentes à estrutura da fórmula, grandeza discursiva e interdiscursiva.

Capítulo II
A FÓRMULA NO ANÚNCIO
PUBLICITÁRIO

1. O GÊNERO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

Na organização da pesquisa optamos por dispensar um capítulo para o gênero *anúncio publicitário* e outro para o gênero *artigo de opinião*, levando em conta não só a representatividade do primeiro, mas também prevendo uma posterior reflexão acerca dos diferentes funcionamentos discursivos que se dão no interior de cada gênero específico.

Outro fator importante para a seleção do discurso da publicidade para este capítulo é seu caráter de manipulação, caracterizada “[...] como uma ação do homem sobre outros homens, visando fazê-los executar um programa dado: no primeiro caso, trata-se de um [fazer-ser], no segundo, de um [fazer-fazer]” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 300). Esse caráter permite que fique implícita à prática discursiva relativa ao anúncio publicitário, a persuasão feita em relação ao leitor, de modo que este venha a aderir aos valores por ela veiculados.

O anúncio publicitário, como gênero traçado pela venalidade do valor, tem como característica própria e principal fazer o enunciatário *querer* o produto que este discurso anuncia, porém, nos enunciados que veiculam a fórmula *desenvolvimento sustentável*, verificamos que o produto que está sendo vendido não é algo da ordem da concretude, como carros, roupas ou acessórios; esses enunciados nos trazem produtos fluidos e abstratos: a confiabilidade e a respeitabilidade que as empresas têm ou pretendem ter perante o consumidor/enunciatário.

Os enunciados de publicidade são, assim, um meio de persuasão particular dos enunciatários: não uma persuasão a uma ação utilitária como comprar, mas à construção e à aceitação das proposições nelas apontadas, proposições acerca do que vem a ser o chamado *desenvolvimento sustentável*, fórmula com que os enunciatários cada vez mais entram em contato.

A persuasão ocorre por intermédio do estabelecimento de um contrato fiduciário que tem como fim a adesão dos destinatários aos valores por ela veiculados, ocorrendo quando o destinador-manipulador, em seu fazer persuasivo, busca a adesão do destinatário, isto é, deseja fazê-lo crer na veracidade e confiabilidade do que é dito.

O anúncio publicitário não procura fazer o sujeito fazer: *comprar* o produto anunciado, mas sim aderir à ideia que veicula e, para que isso aconteça, o enunciatário

deve saber que os valores veiculados pelos anúncios são seus próprios, havendo, diante disso, a identificação.

No *Dicionário de Comunicação* (BARBOSA; RABAÇA, 1987) há uma definição do processo de publicidade que contempla, sob outro quadro epistemológico, as noções acima descritas e que propicia base a este trabalho:

Publicidade 1. Comunicação persuasiva. Conjunto de técnicas e atividades de informação e de persuasão destinadas a influenciar as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público num determinado sentido. Ação planejada e racional desenvolvida através dos veículos de comunicação, para divulgação das vantagens, das qualidades e da superioridade de um produto, serviço, de uma marca, de uma ideia, de uma doutrina, de uma instituição, etc. (BARBOSA; RABAÇA, idem, p. 481)

Compreendemos que o enunciatório não simplesmente aceita os valores veiculados pelo discurso de forma passiva; sabemos que ele faz parte do processo de comunicação, construindo também simulacros relativos ao enunciador. Porém, ainda assim, não podemos olvidar o fato de que a construção discursiva feita pelos veículos de comunicação contribui, em alguma medida, na hierarquização dos discursos que circundam certa temática, como a ambiental.

Prosseguiremos à análise, intentando verificar de que maneira o conceito de configuração discursiva pode ser útil para a compreensão ampla do *corpus*, enquanto diversas configurações se engendram em torno da noção de fórmula. Investigaremos de que maneira este percurso fornece contribuições ao funcionamento do conceito fórmula.

Procuraremos também observar, nos enunciados dos anúncios, as marcas da enunciação, compreendida como a “[...] instância de mediação, que assegura a colocação em enunciado-discurso das virtualidades da língua” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 167), procedendo a uma investigação das estruturas discursivas que as compõem no nível da sintaxe discursiva do percurso gerativo do sentido.

Consideraremos, primeiramente, a análise do segmento verbal que compõe os anúncios, focalizando o plano do conteúdo (PC) destes, para prosseguir uma análise do segmento não verbal, levando em conta o plano da expressão (PE), homologado às apreensões do plano do conteúdo.

2. SEMÂNTICA DISCURSIVA: A CONFIGURAÇÃO

Para a análise do segmento verbal dos anúncios, teremos por base a noção de configuração discursiva, explicitada no capítulo I: *Fórmula: teoria e prática*, acerca dos pressupostos teóricos. Essa noção contribuirá para a apreensão dos mecanismos de construção discursiva da significação desses enunciados.

A noção de configuração discursiva é, conforme Courtés (1979-1980), possuidora de um núcleo figurativo que se expande em variações figurativas que estão em torno do núcleo. A tematização fica, assim, determinada pelo contexto, inserida ora na base configurativa textual (COURTÉS, 1979-1980), ora na variação temático-narrativa (BARROS, 1988).

Tencionamos sugerir uma reflexão no que tange à noção de configuração discursiva como portadora de um núcleo, que não tende mais ao figurativo (como sistematizado pela teoria), e sim ao temático, que possui em si variações temáticas, ainda atadas ao núcleo temático inicial. Essas variações são concretizadas por outras, as figurativas.

Contudo, assim como Fiorin (2004), compreendemos que as noções de figura e de tema são construídas segundo uma escala de gradação em relação à concretude ou à abstração, sendo estas apreendidas não como polos estanques de classificação, e sim na relação homologada a uma escala. O núcleo da configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável* é propenso, portanto, mais à abstração, entendida como um grau relevante da escala, e não como polo estático.

Para refletir acerca da escala que pressupõe graus de concretude e graus de abstração, convocamos a noção de densidade sêmica desenvolvida em *Sémantique Structurale* (GREIMAS, 1966), e assim considerada na seguinte afirmação de Bertrand (2003, p. 23):

[...] quanto mais elevada ela [*a densidade sêmica*] for, menos o termo afetado por ela admitirá compatibilidades com outros termos e mais o discurso tenderá para a iconicidade; quanto menor a densidade sêmica, mais combinações serão aceitas pelo termo afetado e maior será a tendência à abstração.

O autor situa o icônico no grau máximo de densidade sêmica e, no grau mínimo de densidade sêmica, a abstração. Tal consideração é muito válida para pensar a construção discursiva da fórmula pela revista *Veja*, porque corrobora a proposta de esta

possuir um núcleo, não figurativo, mas temático, pois verifica-se que esse sintagma tende à abstração, sendo capaz de se manifestar sob diversas tematizações, figurativizações e narrativizações.

Especificamente, pudemos apreender, a partir do *corpus* proposto, a construção da configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável*, que desloca algumas proposições concernentes à noção de configuração. Esta será por nós designada, por um núcleo temático-narrativo, que engloba a totalidade, e por variações temáticas desdobradas e concretizadas posteriormente em variações figurativas.

A reflexão que proporemos pode ser sintetizada no seguinte esquema, com base nas reflexões de Greimas (1966), em relação à estrutura lexemática, e nos desenvolvimentos centrados na noção de configuração discursiva, de acordo com Courtés (1979-1980):

Quadro 3 – Proposta de configuração discursiva

Apreendendo o funcionamento discursivo do gênero *anúncio publicitário* pudemos notar a configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável* como portadora de um núcleo não apenas temático, mas também narrativo, devido à invariância verificada no programa narrativo deste gênero em suas várias realizações ao longo das edições consultadas da revista.

A fórmula engloba os discursos acerca do *desenvolvimento sustentável* num mesmo agrupamento temático, da mesma maneira que se verifica, no gênero publicitário ora analisado, a invariância referente ao programa narrativo. Desse modo, propomos um núcleo temático-narrativo como síntese da nuclearidade temática de sua configuração discursiva própria e do programa narrativo verificado, também invariante.

Consideramos neste capítulo, um núcleo temático-narrativo para o gênero *anúncio publicitário* e deixaremos, para o próximo, uma reflexão centrada no gênero *artigo de opinião*, que, de fato, têm um núcleo temático conforme a proposta apresentada.

No que tange, portanto, ao gênero *anúncio publicitário*, notamos que o núcleo temático-narrativo é composto pelo tema central que é a própria fórmula *desenvolvimento sustentável* – a qual não é compreendida enquanto figura, por não estabelecer uma relação que tenha elo direto e concreto com o mundo natural – e pelo programa narrativo invariante entre os discursos.

Por programa narrativo, compreende-se um “[...] sintagma elementar da sintaxe narrativa de superfície” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 388). Pensando em narratividade da enunciação, temos a condensação da relação sintagmática que se estabelece entre os actantes da enunciação, enunciador e enunciatário, que, no caso do anúncio publicitário, são as empresas e os leitores da revista, em que circulam os anúncios impressos.

O esquema narrativo de tal gênero será entendido na relação entre destinador e destinatário. Indo do conteúdo à expressão, se pensará também no papel que o suporte desempenha nesse processo. É possível visualizar o programa narrativo de base por meio do seguinte quadro, que o sintetiza como núcleo narrativo dos anúncios, pensados enquanto totalidade:

Núcleo narrativo: $PN = F S1 \rightarrow S2 \rightarrow (S3 \text{ fazer saber} \rightarrow S1 \cap Ov)$
--

Quadro 4 – Programa narrativo nuclear do gênero *anúncio publicitário*

O programa narrativo é descrito por meio do quadro acima, no qual o destinador S1, a empresa (Banco Real, Furnas, Vale etc.), pelo mediador S2, que é a revista *Veja*, faz S3, o destinatário-leitor, saber que ela (S1) está em conjunção ($\cap$) com o objeto de valor (Ov), considerado inserido nos valores do tema *desenvolvimento sustentável*, figurativizado diversificadamente, como veremos.

Deve-se apreender também que o enunciador dos anúncios se caracteriza pelo processo conjunto entre a empresa que quer anunciar, a agência de publicidade que pode criar o anúncio publicitário pretendido e a própria revista, que aceitando o valor veiculado, o situa como parte de seu próprio simulacro.

O objeto de valor retoma, na sociedade contemporânea, a própria ideia que o sintagma *desenvolvimento sustentável* carrega, a qual passa a ser encarada como moeda de troca: as empresas passam a vender a imagem de sua participação nessa forma de

desenvolvimento, procurando a validação de suas práticas e a construção e preservação de sua própria imagem.

O crescimento econômico desenfreado, gerador de discursividades disfóricas, faz com que o ser humano busque a euforia nos valores assinalados pelo chamado *desenvolvimento sustentável*, tal como se apresenta nos enunciados em exame. O enunciador específico de cada anúncio, sabendo que são estes os valores euforizados por grande parcela da sociedade e pelos governos, procura se situar nesse paradigma ambiental por intermédio da fórmula.

Compreendemos, dessa maneira, que o papel de S1 de persuadir o destinatário, na “ação planejada e racional desenvolvida através dos veículos de comunicação, para divulgação das vantagens, das qualidades e da superioridade de um produto” (BARBOSA; RABAÇA, 1987, p. 481), finalidade da publicidade, passa pela construção do simulacro discursivo da empresa por intermédio da utilização da fórmula.

A persuasão nos anúncios em questão ocorre por meio do emprego da fórmula *desenvolvimento sustentável*, utilizada como alavanca na construção do simulacro discursivo da empresa como uma empresa *verde*. Vale ressaltar que, segundo Passos (2006), o adjetivo *verde* remete, neste contexto político, entre outras coisas, a uma maior preocupação com a ecologia, assinalando a ânsia de inserção em tal paradigma ambiental.

Compreendendo que a construção do próprio simulacro pela empresa remete à noção de *ethos* discursivo²¹, que “[...] consiste em causar boa impressão pela forma como se constrói o discurso, a dar uma imagem de si capaz de convencer o auditório” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 13), depreende-se o fato de que as empresas procuram se estabelecer no paradigma ambiental da contemporaneidade por meio da autoconstrução desse simulacro discursivo, que passa pelo uso da fórmula.

Dessa maneira, S1 extrapola os limites da divulgação “da superioridade de um produto” (BARBOSA; RABAÇA, 1987, p. 481) centrada nas qualidades do próprio produto, jamais isoladamente, mas na relação com o simulacro erigido da empresa, visando à adesão dos consumidores aos valores por ela euforizados, que, por sua vez, são reflexos dos valores euforizados²² por parte da sociedade, considerando que “ao se

²¹ Não nos deteremos na noção de *ethos* amplamente discutida nas Ciências da Linguagem; continuaremos nossa reflexão voltada aos objetivos principais do trabalho.

²² As noções de *euforia* e *disforia* dizem respeito à projeção dos valores, positivos ou negativos, no discurso e não pressupõem a ideia de realidade ou de prática. Dessa maneira, é possível euforizar alguns valores e ao mesmo tempo não praticá-los.

reconhecerem, enunciador e enunciatário se reconstroem mutuamente” (DISCINI, 2003, p. 111).

A construção da argumentação em torno da prática discursiva das empresas, especificamente da prática discursiva ambientalmente correta, construída para ser euforizada por grande parte da sociedade, passa pelo uso da fórmula *desenvolvimento sustentável*, que se tornou um “lance de *marketing*”, segundo Rodriguez e Silva (2009), devido à vulgarização do termo.

A temática ambiental, interpelada pela fórmula *desenvolvimento sustentável*, está impregnada nos discursos da contemporaneidade, de maneira que seu uso irrestrito e a consequente complexificação do sentido pode causar a polêmica da significação decorrente da necessidade que os locutores sentem em se posicionarem em relação a ela.

A criadora da expressão *desenvolvimento sustentável*, Gro Brundtland (2012, p. C17), ministra do Meio Ambiente da Noruega de 1974 a 1979, afirma em entrevista à *Folha de São Paulo*, que “[...] o desenvolvimento sustentável ainda não foi implementado. E que, mesmo com o sequestro da noção de sustentabilidade por empresas que não têm práticas sustentáveis, o termo não deve ser abandonado”.

A própria pesquisadora Krieg-Planque (2010, p. 30), que organizou o conceito de fórmula, faz um comentário sobre o uso do sintagma *desenvolvimento sustentável*, afirmando ser ele um “[...] instrumento do modelo produtivista e ideograma do crescimento econômico industrial”.

O então ministro brasileiro do Meio Ambiente, Carlos Minc, também assinala a incompreensão que está em torno do sintagma *desenvolvimento sustentável*, asseverando que o “Desmatamento Zero ficou como desenvolvimento sustentável e a camiseta do Che Guevara. Todo mundo usa ou é a favor, sem saber direito o significado”²³.

Procuraremos pensar a construção discursiva enquanto uma estrutura que requer o olhar atento às invariantes que subjazem às variações, de modo que se torne possível a apreensão de fenômenos linguísticos a serem compreendidos em relação a uma totalidade. É desse ponto de vista que abordamos nosso objeto: buscando, subjacentes ao discurso, questões que façam parte da estrutura englobante que os une numa só totalidade.

²³ Frase retirada da seção *Veja Essa* (VEJA, Edição 2129, 9 set. 2009, p. 62).

Refletindo sobre a relação estrutural que subjaz aos anúncios, no que tange às próprias variações intrínsecas de seu funcionamento, pretendemos trazer à luz o modo como se dá esse fenômeno de vulgarização e de manutenção do *consenso* pelo qual a fórmula passa, tentando relacioná-lo às variações que permeiam os enunciados e nos remetem a uma forma de semantizar e apreender os fenômenos do mundo em sua configuração discursiva.

A primeira invariante que subjaz ao agrupamento do *corpus* é a própria fórmula, presente em todos os textos selecionados, que funciona como fio discursivo que os unifica sob uma mesma temática: a premência da preservação ambiental. Apreenderemos a partir dessa invariante temática, outras invariantes, tanto temáticas como figurativas que a circundam e lhe dão forma.

A fórmula *desenvolvimento sustentável* é, ela mesma, o emblema do núcleo da configuração discursiva. Esse núcleo é temático e a ele subjazem as variações, temáticas e figurativas. A própria noção de fórmula corrobora para sua aproximação da noção de configuração discursiva, a partir do momento em que aquela é definida enquanto um sintagma de forma linguística significante estável e impregnado de significados diversos.

Verificamos que há enfoques diferentes dados às duas noções, fórmula e configuração discursiva, primeiro pelo fato de se inserirem em perspectivas teóricas diferentes, porém próximas, a Análise do Discurso francesa e a Semiótica greimasiana. Apesar disso, ambas têm preocupações com a construção discursiva, refletindo acerca dos mecanismos engendrados nesse processo.

Se expandirmos essa relação entre a estabilidade (dada no significante) e a instabilidade (dada no significado), podemos propor o diálogo com os desenvolvimentos da noção de configuração discursiva em Semiótica, porque teríamos, para a estabilidade, o núcleo temático da configuração: a fórmula; e, para a instabilidade, as variações temáticas e figurativas.

Neste ponto, o de reflexão acerca do funcionamento das relações entre o significante e o significado, entre a estabilidade e a instabilidade, entre a invariante e as variações, as reflexões se engendram. Desse modo, tentaremos relacionar as duas noções, que, apesar das diferenças, podem se complementar na compreensão ampla deste fenômeno linguístico.

Portanto, analisaremos o sintagma do ponto de vista da imbricação entre a noção de configuração discursiva e a noção de fórmula, procurando refletir a respeito das

variações que estão implícitas à invariante principal, apreendendo a fórmula enquanto a invariante da configuração que permite o agrupamento coerente do *corpus*, bem como as variações enquanto as diversas tematizações e figurativizações do sintagma que o fazem significar.

Nos anúncios publicitários do *corpus*, considerando não só aqueles selecionados, mas a totalidade que representam, a fórmula tem seu aparecimento quarenta vezes, sendo que, em alguns anúncios, ela aparece duas vezes. Isso reitera a proposta do trabalho de situá-la como a invariante, como o núcleo da configuração discursiva, uma vez que ela é o primeiro sintagma, depois de pronomes, conjunções, artigos e preposições (que possuem um número elevado de ocorrências, devido a seu próprio funcionamento), a aparecer na lista entre lexemas e morfemas extraídos do *corpus*²⁴.

Em torno do núcleo, orbitam as variações, ou seja, o núcleo, que é a própria fórmula *desenvolvimento sustentável*, é tematizado e, posteriormente, figurativizado de diversas maneiras. Essas variações figurativas podem ser agrupadas em alguns temas principais, os quais puderam ser obtidos pela interpretação dos dados fornecidos pela utilização do programa de Estatística Textual *Lexico3*²⁵. Por intermédio dessa ferramenta, pudemos ter acesso às variações temáticas que estão dando suporte à invariante principal: a própria fórmula.

As variações temáticas foram agrupadas, considerando o contexto em que ocorrem em onze temas principais aos quais se submetem as variações figurativas, que serão pensadas mais adiante. Estão atrelados ao núcleo temático invariante do *desenvolvimento sustentável*, os seguintes temas: *Mercado*, *Ações*, *Natureza*, *Sociedade*, *Nacionalidade*, *Reciclagem*, *Compromisso*, *Educação*, *Investimento*, *Preservação* e *Futuro*. Tais temas são concretizados pelos semas figurativos que compõem a variação figurativa.

Porém, verifica-se certa conexão entre os temas. Desse modo, eles foram reorganizados em quatro grandes temas norteadores: *Mercado* (que engloba o tema *Investimento*), *Sociedade* (que engloba os temas *Futuro* e *Nacionalidade*), *Natureza* (que engloba o tema *Preservação*) e *Ações* (que engloba os temas *Compromisso*, *Reciclagem* e *Educação*).

²⁴ Segue no ANEXO F, p. 139 a quantificação dos lexemas: desenvolvimento aparece 55 vezes, sustentável 47 vezes. Os dois juntos, como unidade lexical complexa, aparecem 40 vezes e podem ser detectados pelo ícone *segments répétés* do Programa *Lexico3*.

²⁵ Programa disponível gratuitamente no site <www.cavi.univ-paris3.fr/ilpga/tal/lexicoWWW/index-gb.htm>

A variação temática sob a qual designamos *Mercado* remete às relações travadas entre as figuras que estão no cerne do mundo corporativo: questões empresariais, financeiras, sindicalistas etc., que têm como ponto central o *Investimento* financeiro relacionado à preocupação ambiental.

O tema *Sociedade* remonta à preocupação com o *Futuro*, principalmente a posterioridade ligada ao país, relacionada, portanto, ao tema *Nacionalidade*, que traz a valorização e preservação dos nossos recursos naturais (tema *Natureza*) como forma de manutenção do que é nacional e pertencente à sociedade.

O tema *Ações* reflete as supostas providências concretas que estão sendo tomadas pelas empresas que pretendem inserir-se neste paradigma ambiental. O tema do *Compromisso* com o meio ambiente é defendido nos anúncios como essencial às empresas e a *Reciclagem*, como uma forma de agir em relação à preocupação ambiental, bem como o tema *Educação Ambiental*, também relacionado ao tema *Sociedade* e ao tema *Futuro*.

Verificamos que os temas, apesar de agrupados para um vislumbre do processo em que se estabelecem, são dinâmicos e mantêm relações intrínsecas e complexas entre si, compreendendo que uma mesma figura pode estar relacionada a um ou mais temas, e que ela só se relaciona a um tema específico na medida em que é encadeada no percurso figurativo do discurso. Por esse motivo, foram analisadas contextualmente.

Selecionamos, para este capítulo, cinco anúncios (já brevemente apresentados no início do trabalho), os quais serão considerados como partes representativas do todo. Depreendemos de cada enunciado uma estrutura que é capaz de ser aplicada na relação com a totalidade.

A escolha dos anúncios deveu-se ao fato de eles apresentarem características relevantes em sua estrutura significativa, que será brevemente analisada no tópico seguinte, bem como engendrarem generalidades verificadas em outros discursos do gênero.

Pretendemos, assim, examinar cada enunciado relacionando-o à totalidade. Para isso buscamos apoio nas palavras de Discini (2009, p. 331), na afirmação de que “[...] o analista terá à mão a totalidade integral, quando tiver sob seu olhar a unidade integral, já que por elas perpassa a unidade partitiva, que é o sentido potencial e homogeneizador da totalidade”.

As informações acerca dos lexemas que compõem a fórmula, os quais podem ser pensados em termos de variações figurativas, são vastas se pensarmos na totalidade.

Contudo, pelas unidades que selecionamos, é possível depreender algumas variações figurativas, que podem ser elencadas a partir da seleção do *corpus* específico, como exemplo da concretização que cada tema sofre.

As mesmas variações temáticas, depreendidas da totalidade e agrupadas sob as designações: *Mercado*, *Ações*, *Natureza* e *Sociedade*, estão contidas em cada unidade dos anúncios. Apreenderemos esse fato a partir do agrupamento contextual das figuras neles constantes. Para isso, trazemos à luz a análise de trechos do segmento verbal dos anúncios. Reiteramos que nomeamos segmento verbal, o componente verbal do enunciado verbo-visual, que é um único texto, sob o qual se pressupõe uma única enunciação.

No anúncio da edição 1578 (Anexo A, p. 130), depreendemos a saliência do tema *Nacionalidade* conectado diretamente ao tema *Mercado* na defesa da criação de um Conselho Empresarial como marca dos 500 anos do Brasil; um Conselho

[...] nomeado pelo Presidente da República para coordenar um movimento da sociedade civil que tem como objetivo mobilizar a nação brasileira para tornar nosso Brasil um país mais forte, mais justo, mais democrático, mais competitivo, mais moderno, baseado num modelo de desenvolvimento sustentável (CONSELHO EMPRESARIAL, 1998).

O *desenvolvimento sustentável* aparece assim ligado ao encadeamento das figuras que concretizam o tema *Nacionalidade*, tais como: *Brasil*, *bandeira*, *hino nacional*, *brasileiros*, *País*, *nação brasileira*, que permeiam isotopicamente o texto desde o início.

Percebemos também a relação com o tema *Mercado*, dado nos lexemas feito figuras *Conselho Empresarial* e *empresário*; já as relações com o tema *Ações* se dão por intermédio dos lexemas *mobilizar*, *movimento* e *compromisso*.

Tais lexemas se discursivizam como figuras e contribuem na construção das isotopias figurativas do texto. Desse modo, elas sustentam as configurações discursivas, no caso, a configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável*, que, neste momento procura ser apreendida.

No anúncio de Furnas, veiculado na edição 1809 (Anexo E, p. 138) dois temas principais são destacados: o tema *Sociedade* e o tema *Natureza*, dado que procura assinalar as práticas socioambientais da empresa, “que busca seu crescimento dentro dos princípios do desenvolvimento sustentável” (FURNAS, 2003).

O tema *Sociedade* é aí concretizado nas figuras apreendidas nos lexemas: *todo mundo, campo social, comunidades, educação ambiental, Brasil, país de todos*; e o tema *Natureza* é apreendido nos sintagmas *Vida, insumos da natureza, meio ambiente, peixes, biologia das espécies, água*. Há também o tema *Mercado* dado nos lexemas *empresa, políticas públicas e recursos financeiros*.

O anúncio publicitário da edição 1853 (Anexo B, p. 132) relaciona o tema *Ações*, ao tema *Natureza* e ao tema *Sociedade*, dissertando acerca do projeto de conscientização ambiental promovido com o intuito de formar “cidadãos que vão aprender a ensinar que defender nossa natureza é defender a soberania do país” (BRASILCONNECTS, 2004).

Nele estão engendradas as figuras da *responsabilidade, educação ambiental, consciência ambiental, ação educativa, esforço, conscientização ambiental e ensinar*. Essas figuras remetem ao tema *Ações*, por sua vez, relacionado ao tema *Natureza* na concretização efetuada pelos sintagmas figurativos *proteger, meio ambiente, natureza, jovens, conservação dos recursos naturais e preservação da natureza*.

Os anúncios do Banco Real, que possuem a fórmula *desenvolvimento sustentável*, trazem constantemente a relação com “práticas socioambientalmente corretas” (BANCO REAL, 2005) concretizadas pela prática da *reciclagem*, como na edição 1910 (Anexo C, p. 134).

Desse modo, o tema *Ações*, que abrange tais práticas é amplamente trabalhado pela concretização nas seguintes figuras: *atua, práticas sociambientalmente corretas, reciclagem, reduza, reutilize, recycle*. Devemos considerar ainda questões empresariais ligadas ao tema *Mercado* pelo uso dos sintagmas figurativos: *investir, parceiros, clientes, funcionários e fornecedores*.

A empresa acredita, portanto, que, investindo em ações como a *reciclagem*, está contribuindo não só com a preservação dos recursos naturais, mas também com a construção do futuro, pois “Acreditar no desenvolvimento sustentável é investir num futuro melhor” (BANCO REAL, 2005)

O anúncio da edição 2065 (Anexo D, p. 136) da mineradora Vale, constrói o simulacro do *desenvolvimento sustentável* como forma de contribuição da empresa à vida das pessoas e ao meio ambiente. A relação com o tema *Natureza* é fortemente marcada nesse curto anúncio que relaciona os sintagmas figurativos *vida, meio ambiente e recursos naturais* com figuras que concretizam o tema *Mercado*, dadas em: *mineradora, trabalha e produzir*.

Os lexemas, que são pensados em relação à noção de figura, representam assim a forma como o enunciador semantiza a fórmula *desenvolvimento sustentável* que está no centro desta totalidade, e, pela variedade, tanto de temas quanto de figuras, pudemos verificar que a fórmula realmente é capaz de funcionar como um dispositivo polissêmico, ao considerar que a polissemia “corresponde à presença de mais de um semema no interior de um lexema” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 376).

Como dispositivo sintetizador, das reflexões por nós empreendidas, acerca da possível relação entre a fórmula e a configuração discursiva, trazemos um quadro representativo das isotopias temáticas às quais estão conectadas as isotopias figurativas (lembrando que são móveis os limites entre tema e figura), todas consideradas variações de um mesmo núcleo: a fórmula *desenvolvimento sustentável*.

Configuração discursiva do <i>desenvolvimento sustentável</i> no anúncio publicitário	
Variações temáticas	Variações figurativas
Ações	<i>Mobilizar, movimento, educação ambiental, ação educativa, esforço, ensinar, atuar, práticas sociambientalmente corretas, reciclagem</i>
Mercado	<i>Conselho Empresarial, empresário, empresa, políticas públicas, recursos financeiros, investir, parceiros, clientes, funcionários e fornecedores</i>
Natureza	<i>Vida, insumos da natureza, meio ambiente, peixes, biologia das espécies, água, proteger, meio ambiente, natureza, conservação dos recursos naturais e preservação da natureza</i>
Sociedade	<i>Brasil, bandeira, hino nacional, brasileiros, País, nação brasileira, todo mundo, campo social, jovens, comunidades, educação ambiental, Brasil, e país de todos</i>

Quadro 5 – Configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável* no anúncio publicitário

O agrupamento das variações temáticas e figurativas demonstra como a fórmula, ao longo do tempo, foi mobilizada e concretizada de forma semelhante, o que acentua seu funcionamento como lugar onde o *consenso* se instala discursivamente, dada a relativa invariância verificada. A manutenção da configuração discursiva funciona como

um dispositivo de validação em relação ao paradigma ambiental, que mobiliza temas próximos.

Verificamos também que o *desenvolvimento sustentável* vai desde a reciclagem de materiais usados pelas empresas ou a produção de minério como forma de contribuição à vida das pessoas, até a pesquisa ambiental feita em locais de construção de uma usina hidrelétrica, porém tendo sempre respaldo em certa invariabilidade temática.

A concretização semântica, que passa pela noção de figura, reflete a maneira como as empresas que veiculam seus anúncios concebem hoje o conceito de *desenvolvimento sustentável*. Além disso, refletem a forma como as respectivas comunidades discursivas fundadas também concebem tal conceito.

Os temas ligados ao núcleo *desenvolvimento sustentável* apresentam certa invariância nos anúncios, fato que ilustra as concepções consensuais que estão ligadas a ele. Cada indivíduo, socialmente constituído, inscreve no sintagma aquilo que compreende e ele pode, por isso, tornar-se uma fórmula, ou seja, um sintagma portador, ao mesmo tempo, de um significante partilhado e de significados diversos, porém dotados de invariâncias.

3. SINTAXE DISCURSIVA: PESSOA, ESPAÇO E TEMPO

Conceber a unidade temática *desenvolvimento sustentável* como fórmula e pensá-la nos desdobramentos temáticos e figurativos a ela subjacentes por meio da noção de configuração discursiva foi o foco da primeira parte deste capítulo.

Já centramo-nos, em questões relacionadas à semântica do nível discursivo do percurso gerativo do sentido, na qual foi possível depreender elementos que compõem a estrutura interna da significação relacionada às noções de tema e de figura. Agora, analisaremos questões relativas à sintaxe do nível discursivo, na qual estruturas subjacentes da enunciação construída pelos anúncios serão examinadas.

Prosseguir uma análise das estruturas discursivas que constituem a fórmula elucidada o modo como a enunciação, sempre pressuposta, foi construída, refletindo, portanto, acerca do uso individual do sistema que é a própria língua, sob a qual subjazem também as invariâncias a serem mencionadas.

A ideia do núcleo temático, a fórmula *desenvolvimento sustentável*, remete, no núcleo narrativo, a um objeto de valor (Ov), com que o enunciador quer demonstrar estar em conjunção, para o enunciatário. O *querer* estar em conjunção com o *verde* passa a ser a forma de validação das empresas na condição de modernas e socioambientalmente conscientes.

Tais valores são construídos como eufóricos para grande parte da sociedade, que vive as disforias do modelo econômico difundido. Assim se apresenta o *corpus*. A validação faz parte de um fazer persuasivo do enunciador e de um fazer interpretativo do enunciatário, segundo a Semiótica, e está no cerne do funcionamento do discurso publicitário.

Dessa maneira, temos como enunciador direto as próprias empresas (Banco Real, Centrais Hidrelétricas Furnas SA., BrasilConnects, Conselho Empresarial Brasil 500 e Vale), que visam não apenas vender um produto ou um serviço, mas construir euforicamente seu simulacro por meio do alto investimento nos anúncios veiculados na *Veja*.

Verifica-se, então, como enunciatário, a coletividade, pressuposta nos enunciados institucionais, como o da Centrais Hidrelétricas Furnas SA., ou discursivamente marcado nos outros discursos, como do Banco Real e do Conselho Empresarial, empresas privadas, que sempre delimitam o lugar do social em sua construção enunciativa.

O logotipo das instituições governamentais representa, no segmento visual dos anúncios, esse enunciatário coletivo: o anúncio de Furnas traz o logotipo do Governo Federal ligado ao Ministério de Minas e Energia²⁶. Temos o que se entende por argumento de autoridade, “[...] enunciados já conhecidos por uma coletividade, que gozam o privilégio da intangibilidade” (MAINGUENEAU, 1997, p. 100).

Figura 1 – Logotipo do governo brasileiro no anúncio *Furnas*

²⁶ O anúncio se encontra na íntegra no ANEXO E, p. 138.

Já nos anúncios não institucionais, é possível depreender de sua construção discursiva referências ao simulacro do enunciatário coletivo, que está inserido no tema anteriormente identificado como *Sociedade*. A remissão às figuras que compõem o espaço do coletivo (*pessoas, brasileiros, nosso, sociedade, país, todo mundo*, entre outras) nos faz compreender tal coletividade como enunciatária dos anúncios. Verifiquemos alguns trechos extraídos do *corpus*²⁷ selecionado:

a) Anexo C, p. 134

“O Banco Real contribui para a preservação do meio ambiente porque acredita que isso é importante para a **sociedade** em que atua” (BANCO REAL, 2005, grifo nosso)

b) Anexo A, p. 130

“Esta marca é de **todos os brasileiros**” (CONSELHO EMPRESARIAL, 1998, grifo nosso)

c) Anexo B, p. 132

“O exército existe para proteger o **nosso país**. [...]. É assim que a BrasilConnects e a Fundação Cultural Exército Brasileiro mudam **nosso futuro**” (BRASILCONNECTS, 2004, grifo nosso)

d) Anexo D, p. 136

“A Vale é uma mineradora que [...] busca sempre a melhor forma de contribuir para o desenvolvimento das **pessoas**” (VALE, 2008, grifo nosso)

e) Anexo E, p. 138

“Cuidados com a vida. Quando se faz, **todo mundo** sente”. (FURNAS, 2003, grifo nosso)

Além de pressupor a coletividade como enunciatário, os anúncios, por meio do uso de marcas temporais, procuram também inserir-se na linearidade temporal, pois assim se afirmam como empresas ambientalmente conscientes não apenas no futuro, mas ao longo de sua história.

²⁷ Todos os trechos estão contidos nos anúncios anexados.

O paradigma ambiental, tal como discursivizado, faz a triagem entre aqueles que preservam e se preocupam com o meio ambiente e aqueles que não, sendo os primeiros euforizados. Diante disso, inserindo-se no que designamos linearidade temporal, as empresas constroem seu simulacro incluídas no paradigma ambiental não só na contemporaneidade (presente), mas ao longo das variações temporais (passado, presente e futuro).

Benveniste (1995), no estudo da categoria do tempo, afirma este poder ser pensado de três formas distintas: o tempo físico, o tempo crônico e o tempo linguístico. O tempo físico é “[...] um contínuo uniforme, infinito, linear, segmentável à vontade (BENVENISTE, 1995, p. 71); já o tempo crônico é aquele “[...] dos acontecimentos, que engloba também nossa própria vida enquanto sequência de acontecimentos” (idem).

O tempo linguístico, o que mais interessa aos estudiosos da linguagem, “[...] tem de singular o fato de estar organicamente ligado ao exercício da fala, pelo fato de se definir e de se organizar como função do discurso” (BENVENISTE, 1995, p. 74). Esta categorização do tempo, que passa de uma ausência para uma presença no ato de enunciar, é como a subjetividade, que se instala na linguagem, pois o tempo também está subordinado à enunciação.

Do mesmo modo, que o sujeito, quando diz *eu*, enuncia sua existência e remete a si próprio nos quadros da linguagem, passando a existir em tal categorização, o tempo, relacionado à enunciação, remete ao presente de tal ato.

Ao enunciar, o sujeito instaura o *eu*, o *aqui* e o *agora* da enunciação que se funda, sendo o presente linguístico “[...] o fundamento das oposições temporais da língua” (BENVENISTE, 1995, p. 75), ou seja, a partir dele erigem-se o passado e o futuro, como memória e como prospecção.

A partir de tal categorização, Fiorin (2004a), na esteira de outros estudiosos, como Benveniste (1995), afirma que o tempo é passível de ser apreendido somente a partir de um ponto: aquele do acontecimento que remete ao ato da enunciação. Desse modo, somente a partir do tempo linguístico, é possível apreender o funcionamento desta categoria.

A linguagem, para o autor “[...] é o que propicia ao homem a experiência temporal, na medida em que só quando o tempo é semiotizado pode o ser humano apreendê-lo e medi-lo” (FIORIN, 2004a, p. 139). Tal problematização, a do passado e futuro estarem contidos no presente, é apontada pelo autor, na subdivisão em temporalização e aspectualização.

A temporalização “[...] diz respeito à aplicação de uma categoria topológica concomitância vs. não-concomitância (anterioridade vs. posterioridade) a um dado termo de referência” (FIORIN, 2004a, p. 139), e aspectualização à “[...] transformação de ações em processos, ou seja, à atividade de um actante observador que vê a ação como um [...] desenrolar, que pode ser pontual ou durativo” (idem).

Partindo da categorização do tempo, relacionada ao presente instaurado na enunciação, o passado e o futuro são, a ele referenciados, por intermédio das noções que remetem à concomitância ou à não-concomitância em relação ao presente do acontecimento inaugurado no discurso.

Para Fiorin (2004a), o tempo enunciado está atrelado a duas formas distintas de relação ao presente implícito do momento da enunciação (ME), que é a concomitância ao ME, que estabelece o sistema enunciativo, e a não-concomitância ao ME, que estabelece o sistema enuncivo²⁸. No primeiro está o momento de referência presente, e no segundo o momento pretérito e o momento futuro.

O *corpus* apresenta-se na linearidade temporal (pretérito, presente e futuro), na orientação desenvolvida em relação à defesa de que, desde o início, as empresas se preocupam com o meio ambiente, sendo que tal premissa sempre teria feito parte de seus ideais, e não unicamente no momento sócio-histórico atual, no qual a temática está em voga e sendo euforizada pelos consumidores.

A utilização de momentos de referência presente, determinados pela concomitância com o momento da enunciação (ME), bem como de momentos de anterioridade (pretérito) e de posterioridade (futuro), determinados pela não-concomitância ao ME, fazem os anúncios se construírem na pretendida linearidade temporal, que o inserem no paradigma ambiental, interpelado pela fórmula *desenvolvimento sustentável*.

Vejamos alguns trechos do *corpus*, nos quais as marcas temporais corroboram com as reflexões apontadas:

a) Anexo E, p. 138

“[...] **Já em 1976**, a empresa **implantava** o projeto de repovoamento de peixes nos reservatórios das usinas erguidas ao longo do Rio Grande, onde nasceu. **Hoje**, além do

²⁸ Verificar esquema: FIORIN, 2004a, p. 146.

repovoamento, Furnas **estuda** a biologia das espécies de peixes” (FURNAS, 2003, grifo nosso)

b) Anexo C, p. 134

“O Banco Real **contribui** para a preservação do meio ambiente [...]. E **desde 2002**, o papel reciclado **é** usado em larga escala em sua comunicação interna e externa. **Todos os dias**, cartuchos, plásticos e papéis são separados para reciclagem.” (BANCO REAL, 2005, grifo nosso)

c) Anexo B, p. 132

“[...] O objetivo **é** promover, em larga escala, a consciência ambiental e a responsabilidade individual pela conservação dos recursos naturais. [...] **Em 2004**, 360.000 jovens **receberão** treinamento em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e na região Amazônica. **A partir de 2005**, esta ação **atingirá** 1,5 milhão de jovens por ano em todo o país. A meta **é** chegarmos ao contingente de 15 milhões de cidadãos **em 10 anos**.” (BRASILCONNECTS, grifo nosso)

Os trechos assinalados demonstram a relação que os momentos da categoria temporal, relacionados ao presente implícito da enunciação, quais sejam, pretérito, presente e futuro, mantêm entre si pelo uso das marcas temporais, bem como advérbios e desinências verbais.

A concomitância com o momento da enunciação (ME), dada no momento de referência (MR) presente, é apreendida pelo uso do advérbio temporal *Hoje*. Já a não-concomitância com o ME, relacionada à anterioridade do MR pretérito, é apreendida na marcação temporal *já em 1976*. A posterioridade, por sua vez, do MR futuro, é dada em *a partir de 2005*²⁹ e em *10 anos*.

Já nas marcas *desde 2002* e *todos os dias* há a imbricação de dois ou mais momentos de referência (MR). A edição que traz o enunciado *desde 2002* fora publicada em 2005, dessa maneira este marcador remete a um MR pretérito, bem como à continuidade da ação no MR presente. *Todos os dias* imbrica, ainda, os três momentos: MR pretérito, MR presente e MR futuro, por trazer, implicitamente, as noções que remetem aos advérbios *ontem*, *hoje* e *amanhã*.

²⁹ A data da edição deste enunciado é 2004.

Como demonstração das reflexões apontadas, apresentamos o quadro abaixo, síntese dos momentos referenciais, aos quais as marcas temporais remontam.

Quadro 6 – Relações temporais

Essas relações, tanto de concomitância ou não-concomitância a um presente implícito, podem ser interpretadas linguisticamente como a intenção dos enunciadores em marcarem a preocupação com questões ambientais assinaladas pelo uso da fórmula *desenvolvimento sustentável*, não como questões que os cerceiam atualmente apenas, mas que sempre estiveram presentes.

A linearidade temporal que procura ser assinalada nos anúncios corrobora o processo de generalização que, no entendimento de Krieg-Planque (2012), gera a concessão. A fórmula destaca a relação humana com o planeta, na atualidade e no futuro, de forma a funcionar concomitantemente numa temporalidade imaginária, a qual contribui na validação do estatuto veridictório da enunciação.

4. PLANO DA EXPRESSÃO E PLANO DO CONTEÚDO

4.1. Das profundezas da significação

Ter como ponto nodal de uma pesquisa um sintagma, cristalizador de questões político-sociais que nele se engendram, pressupõe o trabalho com a interdiscursividade constitutiva, visto que nele palpita tal mecanismo, que faz parte de seu próprio funcionamento. Refletiremos, a seguir, acerca das relações travadas no nível profundo da construção do sentido, tendo como foco a intertextualidade, que sublinha tal construção.

Até o momento, foi empreendida uma análise que atenta principalmente à semântica do nível discursivo do percurso gerativo do sentido, no qual os temas e as figuras, que compõem a noção de configuração discursiva, são apreendidos como concretização de uma formação ideológica, bem como análise das relações de pessoa, tempo e espaço nos anúncios.

Segundo Fiorin (2009), a formação ideológica é compreendida como visão de mundo, como ponto de vista de um grupo social, e é concretizada pela formação discursiva que, por sua vez, remete ao conjunto de temas e figuras do discurso.

Com tal procedimento de apreensão dos movimentos de tematização e figurativização na discursividade, é possível encontrar os vestígios que a enunciação registra acerca de uma formação ideológica sendo discursivizada.

A semântica do nível discursivo define a configuração discursiva, ao passo que a semântica do nível fundamental abrange os universais que estão na base da construção da significação de um texto. As categorizações, que vêm desde o nível profundo, são, portanto, concretizadas no nível discursivo. Daí o movimento que procuramos apreender: aquele que vai da axiologização à ideologia.

A axiologia instalada no nível fundamental como relação mínima de sentido, remete aos valores ideológicos como aqueles assumidos pelo sujeito da enunciação, logo, instalados no nível das estruturas discursivas.

Desse modo, é necessário refletir sobre os valores assentados no nível profundo, pois ele é responsável não só pela produção, mas pelo funcionamento e pela compreensão do discurso (FIORIN, 2009). A apreensão da relação profunda dos elementos é efetuada pela sintaxe fundamental que se utiliza do mecanismo lógico formalizado no quadrado semiótico como uma “[...] representação visual da articulação lógica de uma categoria semântica qualquer” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 400), o qual relaciona pelo menos dois termos que mantêm algum laço de identidade.

Krieg-Planque (2012) afirma que “[...] na ampla literatura consagrada ao desenvolvimento sustentável, não é estranho observar que os autores apresentam, de uma maneira ou de outra, a relação estreita que mantêm essa noção com algo que se ergueria do ‘consenso’ ou do ‘compromisso’”.

A fórmula *desenvolvimento sustentável* procura, então, conservar na aparência discursiva, a manutenção da concordância. Porém, na contemporaneidade, verifica-se a ascensão de novos valores, pautados na instalação da discordância como postura de questionamento em relação à fórmula.

Analizamos, até o momento, o discurso dos anúncios publicitários, gênero que tem como característica principal a persuasão direcionada a diversos interlocutores, o que faz com que haja a necessidade da manutenção de valores socialmente aceitos e compreendidos por diversas comunidades discursivas a que se direciona.

Desse modo, o discurso do *desenvolvimento sustentável* nesse gênero específico, busca sustentar a *doxa*, definida como

“[...] a opinião, a reputação, o que dizemos das coisas ou das pessoas. A *doxa* corresponde ao sentido comum, isto é, a um conjunto de representações socialmente predominantes, cuja verdade é incerta, tomadas, mais frequentemente, na sua formulação linguística corrente” (MAINGUENEAU; CHARAUDEAU, 2008, p. 176)

Os temas que tal discurso abrange demonstram o interesse na manutenção de valores consensuais. Os temas são dados na ordem da estabilidade, como por exemplo, o tema *Ações* que remete à *reciclagem*, à *consciência ambiental*, às *práticas socioambientalmente corretas* etc.; ou ao tema *Sociedade* que traz como figuras a *bandeira nacional*, o *Brasil*, os *brasileiros*, entre outros.

Os breves exemplos demonstram alguns dos temas relacionados ao *desenvolvimento sustentável*, os quais são recorrentes nos discursos da atualidade e que mantêm, no funcionamento discursivo da superficialidade, o sentido comum, com o qual o sujeito é predominantemente interpelado pelos veículos de comunicação.

Porém, verifica-se a emergência de discursos que se colocam no lado oposto à *doxa*, estabelecendo novas relações pautadas no *dissenso* como categoria principal. Nesses discursos, como será ainda analisado, novos temas e novas figuras são apreendidas na configuração discursiva, o que remete, portanto, a uma nova visão de mundo, a uma nova ideologia.

A categorização pode, desse modo, ser apreendida entre os valores do *consenso* relacionados aos valores do *dissenso* apreendidos no nível discursivo, os quais se homologam aos universais semânticos do nível fundamental /alteridade/ vs. /identidade/.

Os discursos que euforizam o *consenso* são aqueles que mantêm a configuração discursiva pautada na *doxa*, bem como se homologam aos valores da /identidade/, ao passo que os discursos que euforizam o *dissenso* constroem novas relações de sentido, por conseguinte, novas configurações discursivas acerca do *desenvolvimento sustentável*, homologando-se, por sua vez, aos valores da /alteridade/.

A oposição axiológica mínima que rege o discurso da fórmula *desenvolvimento sustentável* é então compreendida pela relação dos universais semânticos /identidade/ vs. /alteridade/, à medida que remete a duas categorias semânticas no nível discursivo: *consenso* vs. *dissenso*.

A formação discursiva, concretizada pela configuração discursiva apreendida da relação entre os temas e as figuras de dado discurso, é sustentada pelas formações ideológicas, que, por sua vez, têm seu alicerce nas categorizações semânticas do nível fundamental do percurso gerativo do sentido.

As visões de mundo, como ideologia discursivizada regida pelos valores axiológicos do nível fundamental, materializam-se na linguagem de várias formas, dentre elas a verbal e a visual. Até o momento foi considerado, para fins de análise, somente o discurso verbal. Torna-se necessário abranger outras manifestações presentes no discurso publicitário: o visual, que também o faz significar.

4.2. Plano da expressão e configuração

Saussure (2006), ao transpor para um novo ponto de vista a Linguística, então chamada por ele de diacrônica, instaura, entre outras coisas, a dicotomia *significante* vs. *significado*, na qual o significante é considerado a imagem acústica, ou seja, a imagem mental produzida pelo som, e o significado, o conceito a ela atribuído. Essa dicotomia é posteriormente repensada por Hjelmslev (2003), que remete a um plano da expressão (PE) e a um plano do conteúdo (PC).

Para Hjelmslev, cada plano da linguagem é portador de duas partes: uma forma e uma substância. Assim, teríamos uma substância da expressão e uma forma da expressão em relação a uma forma do conteúdo e uma substância do conteúdo. Como explica Bertrand (2003, p. 163), “[...] a contribuição da formulação hjelmsleviana consiste em evidenciar a homologia estrutural entre os dois planos”.

As reflexões empreendidas por Hjelmslev (2003) influenciaram a Semiótica francesa, que, em seus desenvolvimentos iniciais, prezou pelo estudo centrado no plano do conteúdo e pelas relações que nele são estabelecidas para a construção da significação.

Contemporaneamente, o olhar analítico semiótico voltou-se às estruturas do plano da expressão, procurando incluí-lo em suas reflexões teóricas. A conjunção dos

dois planos é enriquecedora à teoria que, ao se propor pensar a significação, deve abranger também o plano da expressão, integrante do processo citado.

Considerando que a linguagem pode manifestar-se por meio de uma ou mais substâncias da expressão, consolida-se o conceito de sincretismo como a utilização de mais de uma substância da expressão para obter o efeito de sentido almejado, pois “[...] são consideradas sincréticas as Semióticas que acionam várias linguagens de manifestação” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 467). A partir do exposto, analisaremos os anúncios selecionados, que fundem a substância verbal e visual.

Os anúncios podem ser considerados textos sincréticos, pois se manifestam a partir da mobilização de duas substâncias da expressão características dos textos de publicidade impressa: o visual e o verbal, que, sincretizados, constituem a significação da unidade enunciativa.

Tanto o segmento verbal quanto o segmento visual delineiam-se como manifestações da expressão e têm relação com o plano do conteúdo. As relações entre o plano do conteúdo (PC) e o plano da expressão (PE) podem manifestar-se em relações simbólicas e em relações semissimbólicas. A primeira pressupõe a relação direta entre as categorias da expressão e as categorias do conteúdo, enquanto a segunda relaciona uma categoria da expressão com uma categoria do conteúdo.

Entende-se por semissimbolismo, as linguagens que têm como característica, não a “[...] conformidade de elementos da expressão e do conteúdo isolados, mas pela conformidade de certas categorias desses dois planos” (FLOCH, 2009, p. 43).

Poderíamos, para ilustrar como se dá a ocorrência do simbolismo, pensar na relação que é estabelecida entre o desenho das setas girando em torno de si e a reciclagem: existe uma correlação entre o próprio desenho (PE) e seu significado (PC); essa correlação é culturalmente construída³⁰. O símbolo da reciclagem é utilizado anúncio do Banco Real, reproduzido no Anexo C, p. 134.

As categorias semissimbólicas relativizam a ligação entre o plano do conteúdo e o plano da expressão, determinando-a internamente ao texto, pois, para o semissimbolismo essa relação não existe *a priori* à construção interna. Dessa maneira, num texto qualquer, podemos compreender a cor preta em relação com categorias eufóricas, e não disforicamente à morte, como o é simbolicamente na cultura brasileira.

³⁰ “Nos sistemas simbólicos, a relação entre expressão e conteúdo é culturalmente determinada e perpassa diferentes textos”. (BARROS, 2008, p. 31)

Depreendemos, portanto, que, no semissimbolismo, não existe uma relação previamente homologada entre o plano da expressão e o plano do conteúdo, mas que esta pode apenas ser apreendida na construção interna da significação do texto. Pretendemos relacionar as categorias do plano do conteúdo já analisadas à forma da expressão visual que será brevemente considerada.

Iniciemos a análise do plano da expressão considerando a categoria cromática dos anúncios, a qual permite pensá-los enquanto totalidade, ao mesmo tempo em que elucida questões referentes à significação.

Os anúncios analisados são construídos cromaticamente pela recorrência das seguintes cores: amarelo, azul e verde, as quais, pensadas conjuntamente no interior de nossa cultura, representam simbolicamente nosso país. Podemos certamente pensar esta relação como simbólica, pois se verifica que há conexão direta entre os dois planos da linguagem: entre as cores usadas (expressão) e o Brasil (conteúdo).

Simbólico	<u>Expressão</u>	<u>amarelo, azul e verde</u>
	Conteúdo	Brasil

Quadro 7 – Constituição cromática dos anúncios³¹

As cores que remetem mnemonicamente ao Brasil são amplamente usadas nos anúncios publicitários selecionados como forma de salientar essa relação entre as próprias empresas e o país. Vejamos tais anúncios em miniatura para, assim, apreendermos a isotopia cromática, que perpassa a totalidade e representa as cores nacionais.

Figura 2 – Conselho empresarial

Figura 3 – Furnas

Figura 4 – BrasilConnects

³¹ Esquema reproduzido de BARROS, 2008, p. 31.

Fazendo referência às reflexões empreendidas acerca da configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável*, podemos homologar as cores manifestadas pelo plano da expressão ao tema da *Nacionalidade*, integrado, por sua vez, ao plano do conteúdo. Eis o semissimbolismo realizado.

No plano do conteúdo, vemos que em todos os anúncios a figurativização, que ampara o plano da expressão verbo-visual, remete a um ou mais dos temas anteriormente elencados.

Como pode ser visualizado nos Anexos, o tema *Natureza* é figurativizado pela utilização da grama nos extremos superiores e inferiores da página, no anúncio da BrasilConnects (Anexo B, p. 132), e dos peixes em seu devir na água, no anúncio de Furnas (Anexo E, p. 138).

Os atores do anúncio do Banco Real, as crianças, podem ser pensados enquanto concretização actorial do tema *Futuro*, fato reforçado pelo segmento verbal que apresenta, ao lado da criança na parte superior, o seguinte enunciado: “Acreditar no desenvolvimento sustentável é investir num futuro melhor” (BANCO REAL, 2005), realizando, então, a homologação entre o plano da expressão e o plano do conteúdo. Ambos os planos representam, a seu modo, o percurso figurativo da significação no anúncio.

Da mesma maneira, os atores do anúncio da BrasilConnects, os soldados, concretizam actorialmente o tema *Proteção* e também o tema *Nacionalidade*. Verifica-se, novamente, a homologação entre o verbal e o visual no anúncio, cujo segmento verbal apresenta: “O Exército existe para proteger nosso país. Inclusive o meio ambiente do nosso país” (BRASILCONNECTS, 2004) se relacionando com as categorias visualmente representadas e com os temas verbalmente construídos.

Os segmentos verbais dos anúncios ancoram a imagem dos soldados e das crianças, promovendo identificação entre as formas de representação da figuratividade no verbal e no visual (PIETROFORTE, 2008). Constroem, assim, juntos, a significação do discurso dos anúncios publicitários.

Por meio de mecanismos, ora simbólicos ora semissimbólicos, os textos constroem, no segmento visual em relação ao segmento verbal, os valores que querem construir junto ao enunciatário. Instaurando-se, assim, pelo núcleo temático do *desenvolvimento sustentável*, a ideia que têm deste conceito, o qual se homologa às suas práticas empresariais.

O que depreendemos é que, seja nas cores usadas como fundo, seja na escolha das fontes e coloração dos textos ou nas figuras utilizadas nos anúncios, sempre há menção a um tema anteriormente tratado: *Sociedade, Natureza, Mercado e Ações*. Tal fato remete à construção da significação de um texto que abrange os dois planos da linguagem.

Do estudo da configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável* na revista *Veja*, pensado nas diversas construções da significação que ocorrem pelo regime de fórmula, depreendemos os temas e as figuras que o interpelam e concretizam,

validando-se nos dois planos hjelmslevianos da linguagem. Estes nunca estão desconectados entre si, para uma teoria que considera o conteúdo na relação com a expressão e, na expressão, uma forma que se manifesta por meio de múltiplas substâncias, do que decorre o sincretismo verbo-visual.

Analisar o discurso em sua completude requer olhar atento não só aos conteúdos construídos, mas também ao plano da expressão como parte do processo da significação, tendo em vista uma compreensão semiótica da construção do sentido: aquela em que há articulação entre o plano da expressão e o plano do conteúdo.

Selecionamos o anúncio do Banco Real, veiculado na Edição 1910 da revista *Veja*, o qual contém a fórmula *desenvolvimento sustentável* para uma análise mais específica acerca da homologação entre os universais semânticos propostos e a construção da visualidade.

O anúncio está pautado numa linguagem sincrética, ou seja, ele é “[...] um objeto, que acionando várias linguagens de manifestação, está submetido como texto, a uma enunciação única que confere unidade à variação” (TEIXEIRA, 2009, p. 47). Ele é estruturado sob duas substâncias da expressão: uma verbal e outra visual, conjugadas numa única enunciação considerada, portanto, sincrética.

A superfície total do anúncio (Anexo C, p. 134) é dividida em quatro partes principais: o texto verbal na parte superior esquerda, o texto verbal na parte inferior direita, as figuras ao centro e a faixa horizontal na parte inferior.

Do ponto de vista das unidades figurativas do discurso no texto visual, podemos abordá-las, segundo Barros (2004), sob dois aspectos: pela determinação sócio-histórica e ideológica que revelam e pela concretização sensorial que propiciam.

Os temas e as figuras trazem para o discurso certa visão de mundo. As figuras em um texto também têm a função de cobertura sensorial, funcionando como “corporalidade” do discurso (BARROS, 2004, p. 14), além de serem um modo ativo de persuasão.

No discurso publicitário em análise vemos quatro crianças sentadas em torno do símbolo da reciclagem, que fora por elas construído com pedaços de papéis verde e amarelo, amarelo no símbolo e verde no círculo que o engloba, tudo sobre o fundo branco, neutro.

No enunciado visual, conta-se a história de quatro crianças que, brincando de recortar pedaços de papel verde e amarelo, constroem o símbolo da reciclagem em cima do fundo branco. Esse fato é verificado pela presença das tesouras e pela remissão a tal

construção, dada no ato de segurar um papel pela criança na parte inferior esquerda do anúncio.

A persuasão ocorre por intermédio da construção da figura da criança, como aquela que está desprotegida e que precisa da ajuda do enunciatário, visto que é para ele que as crianças dirigem seus pequenos olhares inocentes, que persuadem ao *dever fazer*, entrar em conjunção com os valores construídos pelo Banco, dentre eles, o valor do *desenvolvimento sustentável* como forma de instaurar um futuro melhor.

A figura da criança concretiza o tema *Futuro*, depreendido pela configuração discursiva dos anúncios publicitários como totalidade. Ainda na esteira de Barros (2004), a figura da criança pode representar a desproteção, a necessidade de ajuda de outrem para resguardar sua segurança.

As crianças, no anúncio, estão sentadas com as pernas cruzadas e mantêm a cabeça na posição de verticalidade superior, levantando seus olhares ao enunciatário, nós, que o lemos. Tal olhar os coloca numa posição enunciativa de interação: o actante do enunciado visual, a criança, está em contato direto com o enunciatário.

Em tal estratégia, apreende-se o movimento de manipulação que o enunciador faz em relação ao enunciatário. Por intermédio dos actantes crianças como figurativização do tema *Futuro*, este passa a ser entendido como estando também desprotegido e ameaçado pela sociedade que não procura estar em conjunção com os valores de preservação do meio ambiente.

A relação estabelecida pela argumentação sincrética constrói o simulacro do Banco inserido nos valores do *desenvolvimento sustentável*. Vejamos como a conclusão é construída pautada no sincretismo verbo-visual.

No texto verbal, depreendem-se dois enunciados: a) “Acreditar no desenvolvimento sustentável é investir num futuro melhor” e b) “Banco Real. O Banco líder no uso de papel reciclado em larga escala” (BANCO REAL, 2005). No texto visual, verificamos a figura da criança concretizando o tema *Futuro* em relação direta com o símbolo da reciclagem.

Pelo sincretismo verbo-visual, depreende-se a seguinte conclusão argumentativa: *Desenvolvimento sustentável* é investir num *futuro* melhor – dado no verbal somente –; Eu, Banco Real, *reciclo* em larga escala – permanece no verbal ainda –; mas, quando entramos no visual, temos a criança figurativizando o tema *Futuro* e o símbolo da reciclagem numa relação direta. A conclusão depreendida é a de que o banco está em

conjunção com os valores do *desenvolvimento sustentável*, pois recicla, portanto investe no futuro.

Tal conclusão só é alcançada pelo sincretismo, corroborando a afirmação de Floch (2009) de que para se estudar o significado de um anúncio, é necessário partir do encadeamento de diferentes signos, palavras e imagens compreendidas como totalidade.

Ao afirmar que o Banco realiza ações sociambientalmente corretas pelo fato de acreditar que isso seja importante para a sociedade, instala-se aí a imagem que o enunciador tem de seu enunciatário: alguém que euforiza ações que pensem na preservação do meio ambiente, empresas que tenham como objetivo contribuir na construção de um futuro melhor.

Utilizar o imperativo na última frase do anúncio: “Faça como o Banco real” (BANCO REAL, 2005), remete à persuasão do enunciatário, para que ele, que deve euforizar tais valores, queira e deva entrar em conjunção com o *desenvolvimento sustentável*, realizando os três Rs: reciclar, reutilizar e reduzir, assim como o Banco afirma fazer.

O *desenvolvimento sustentável*, nesse anúncio do Banco Real, é defendido como o investimento no futuro melhor, e tal investimento é alcançado com a prática da reciclagem nas ações cotidianas da empresa. Depreende-se tal conclusão na parte superior esquerda no texto verbal, onde lemos “Acreditar no desenvolvimento sustentável é investir no futuro melhor” e logo abaixo: “Banco Real. O Banco líder no uso de papel reciclado em larga escala” (BANCO REAL, 2005).

A conclusão da argumentação só é alcançada, como vimos, por intermédio do texto visual que condensa as duas proposições do texto verbal. Se no verbal temos, subjacente, a ideia de que o Banco se insere no paradigma instaurado pela fórmula *desenvolvimento sustentável* pelos valores da reciclagem, no visual, tal constatação torna-se latente.

Partindo do princípio de que o plano da expressão recria o conteúdo figurativizado, temos aí a menção a dois dos temas anteriormente verificados na análise do verbal: o tema *Sociedade* e o tema *Futuro*. Ambos são figurativizados, no plano do conteúdo, não só pela construção feita no segmento verbal do anúncio, mas também no segmento visual.

Passemos a uma análise específica do plano da expressão. Considerando as “[...] categorias cromáticas, eidéticas, topológicas e matéricas [...] que constituem um texto visual produzido num suporte planar” (TEIXEIRA, 2009, p. 45), analisaremos um dos

anúncios publicitários, objetivando pensá-lo como unidade que pode abranger o vislumbre à totalidade.

Nas categorias cromáticas do anúncio, tendo como relação o /monocromático/ vs. /policromático/, é possível apreendermos a homogeneidade no fundo branco que permeia todo o anúncio, em contraposição à figura das crianças que se vestem com uma gama variada de cores. Além do símbolo, que é construído com as cores verde e amarelo.

Figura 9 – Categoria cromática

Já a categoria eidética, que engloba o /homogêneo/ vs. /heterogêneo/, verifica-se a oposição entre o fundo branco e a faixa verde na parte inferior do anúncio. Tanto o fundo como a faixa são construídos pela forma retangular e simetricamente regulada, em contraposição novamente com o símbolo, que, por sua vez, é construído com pedaços de papel dessimétricos e irregulares.

Figura 10 – Categoria eidética

Na topologia, apreende-se o traço da /horizontalidade/ nas palavras colocadas em texto na parte verbal vs. a /diagonalidade/ dada na construção das figuras no centro, que engloba as crianças e o símbolo. Tal construção se inicia na parte inferior esquerda com um único pedaço de papel verde e termina na parte superior direita, com a mesma figura.

Figura 11 – Categoria topológica

Apresentamos as categorias do plano da expressão consideradas relevantes no anúncio, de maneira a poder articulá-las com o plano do conteúdo, visando assim à apreensão da construção semiótica de tal enunciado. No nível discursivo, temos a oposição entre os valores do *dissenso* e *consenso*, os quais se homologam, no nível profundo de construção do sentido, à contrariedade entre /alteridade/ vs. identidade/.

A /identidade/ e a /alteridade/ se homologam às categorias apresentadas no nível discursivo, na medida em que articulam, no discurso da fórmula que funda o anúncio, o *eu* identificado e o *outro* em *dissenso*, isto é, em polêmica desvelada.

Os movimentos apreendidos no funcionamento da fórmula ocorrem entre a construção de um ponto de vista contrário, divergente do que é mantido superficialmente na estabilidade acerca do que é, ou deva ser o *desenvolvimento sustentável*, e as coerções sociais como universalidade que visa manter a aparente estabilidade.

Das categorias estabelecidas anteriormente no plano da expressão, quais sejam, cromáticas (/monocromático/ vs. /policromático/), eidéticas (/homogêneo/ vs. /heterogêneo/) e topológicas (/horizontalidade/ vs. /diagonalidade/), depreende-se a relação estabelecida com os universais do nível profundo na construção do sentido apreendidas em /alteridade/ vs. /identidade/, bem como com as categorias homologadas no nível discursivo: *dissenso* vs. *consenso*.

As categorias que demarcam o /monocromático/ – dado na /homogeneidade/ predominante na cor branca ao fundo e na /diagonalidade/ da difusão do centro da figura nos pedacinhos de papel espalhados em contraposição à concentração presente no centro do símbolo representado – estão contidas no polo /alteridade/.

Já aquelas que remontam ao /policromático/ – determinado na /heterogeneidade/ não só das cores das vestimentas das crianças, mas nas etnias delas e nas cores do símbolo em dissonância ao fundo branco, bem como a /horizontalidade/ verificada na construção do segmento verbal – estão contidas no polo /identidade/.

De tais relações, depreende-se o seguinte quadro, como síntese

Nível fundamental		
	/alteridade/ <i>Dissenso</i>	/identidade/ <i>Consenso</i>
Categorias cromáticas	/Monocromático/	/Policromático/
Categorias eidéticas	/Heterogêneo/	/Homogêneo/
Categorias topológicas	/Diagonalidade/	/Horizontalidade/

Quadro 8 – Relação expressão-conteúdo

As análises do plano da expressão contribuíram para a compreensão mais ampla da própria noção de fórmula, além de corroborarem com a afirmação de Krieg-Planque (2012, p. 12) de que a construção discursiva da fórmula *desenvolvimento sustentável* ocorre, evitando sempre a “[...] divergência de pontos de vista, para despolitizar os temas nos quais há o enquadramento, para negar os conflitos de interesse, para ser um operador de neutralização da conflitualidade”.

A fórmula *desenvolvimento sustentável* em sua relação com a temática ambiental articula-se, como verificamos, pela manutenção dos valores pautados no *consenso* e na /identidade/, discursivizando o mundo apreendido no gerenciamento da construção

concessiva, e não por meio de um debate politizado e, conseqüentemente, operado pelo *dissenso*, como instalação da /alteridade/, base da polêmica desvelada.

Capítulo III
A FÓRMULA E A
INTERDISCURSIVIDADE

1. O DISCURSO GERIDO PELO INTERDISCURSO

O interdiscurso, ao engendrar o funcionamento discursivo, coloca-se como o lugar em que se desvela o caráter heterogêneo do próprio discurso, como interação, como dialogismo, como relação com o *outro*. Segundo Maingueneau e Charaudeau (2008, p. 169), o aumento no uso do termo *discurso* nas ciências da linguagem, a partir dos anos 80, delimita uma nova forma de conceber a própria linguagem. A palavra *discurso* tem, portanto, diversas acepções, dentre elas, a de “uso da língua em um contexto particular” (MAINGUENEAU; CHARAUDEAU, 2008, p. 168).

Maingueneau (2005) afirma ser o discurso determinado pelo interdiscurso, o que significa relativizar a relação de um discurso com seu *outro* na ordem da exterioridade e passar a compreendê-la no funcionamento interno, dado que todo discurso é heterogeneamente constituído, não apenas pelas vozes mostradas, mas, principalmente, por aquelas que ficam veladas e inextricavelmente alocadas em sua fundação.

O discurso nasce apreendido na rede discursiva que o engloba, denominada interdiscurso, definido como o “[...] conjunto das unidades discursivas [...] com os quais um *discurso particular* entra em relação implícita ou explícita” (MAINGUENEAU; CHARAUDEAU, 2008, p. 286, grifos do autor).

Conforme a concepção da Análise do Discurso, o discurso é o lugar da materialidade linguística onde sujeito e história são interpelados, formando um bloco de sentido, e a língua em uso torna-se o espaço soberano da ideologia, no qual a formação ideológica se manifesta.

Portanto, pensar no discurso isoladamente é como querer separar elementos inextricavelmente conjugados. Nesse sentido, consideramos que tanto a noção de discurso quanto a de formação discursiva remetem a grandezas relativas, já que não determinadas por um limite, e sim constituídas no interior de uma rede ampla que as engloba e rege seu funcionamento. Essa rede é o interdiscurso: região do dizível, da história da qual brotam os discursos.

Assim como não existem ideias fora dos quadros da linguagem, também não existem visões de mundo que não estejam apreendidas nos fios que se envolvem no processo linguístico. Desse modo, a “[...] cada formação ideológica corresponde uma formação discursiva, que é o conjunto de temas e figuras que materializa dada visão de mundo” (FIORIN, 2004, p. 32)

Se pensarmos na rede interdiscursiva, composta por diversos discursos provenientes de diversas formações discursivas, encontramos zonas nas quais um discurso delimita seu *outro*, da mesma maneira que uma formação impõe os limiares à outra. Desse modo, as fronteiras pré-estabelecidas são relativizadas e os limites desse contato passam a ser comensurados pelo analista que circunscreve tais espaços discursivos, como veremos adiante.

Procurar depreender a rede interdiscursiva é adentrar nas relações que gerenciam o sentido, é olhar para a totalidade englobante, na qual a unidade discursiva é produzida, vislumbrando a heterogeneidade constitutiva de todo discurso. O sentido, portanto, deve ser depreendido na circulação realizada de uma posição enunciativa à outra, em que os discursos se engendram, delimitando reciprocamente as formações discursivas e os sentidos articulados.

A unidade de análise passa a ser o interdiscurso como o lugar em que o discurso interage entre duas formações discursivas ou mais, dado que, nessa relação, o sujeito se inscreve sócio-historicamente por meio não só do discurso, mas também da rede interdiscursiva que o engloba.

A análise da produção discursiva em sua estrutura apreendida por níveis, como a proposta de Greimas sobre o percurso gerativo do sentido, foi apresentada no Capítulo II: *A fórmula no anúncio publicitário*. Nessa ocasião, observamos que o discurso deve ser remetido à sua construção interdiscursiva, engendrada no processo imanente de discursivização e de inserção histórica. O *eu* e o *outro* dialogam na constituição dos valores tidos como objeto de valor, depois transformados em valor ideológico no nível discursivo.

No referido capítulo, analisamos a construção do sentido pautado no discurso como unidade de análise, à medida que ele se refere a certo posicionamento pela forma como concretiza, no nível discursivo, sua visão de mundo, seu modo de apreender os objetos do mundo pela linguagem.

Neste capítulo, procuraremos expandir tal construção discursiva, de modo a pensá-la no interior do interdiscurso. A rede interdiscursiva que se integra no discurso, mesmo sendo finita, não é passível de apreensão em sua totalidade, dado que o texto é “[...] uma singularidade que esconde uma pluralidade, o discurso, um solo visivelmente único, que acoberta um subsolo heterogêneo” (DISCINI, 2004, p. 14).

O primado do interdiscurso propõe como unidade analítica pertinente, não o discurso pensado isoladamente, e sim o interdiscurso que também o constrói. Para fins

de análise, elegemos alguns discursos que possibilitem, de certa forma, tratarmos da totalidade. Buscamos, com tal metodologia, compreender questões relativas à unidade, que revelam outras unidades subjacentes à totalidade inatingível empiricamente, mas considerada nas semelhanças e divergências apreendidas.

Segundo Maingueneau (2005), o interdiscurso é constituído pelo universo discursivo, pelo campo discursivo e pelo espaço discursivo, sendo que o último é a menor área de contato de um discurso com seu *outro*. Todas essas subdivisões estão relacionadas à noção de formação discursiva, compreendida como “*posições* políticas e ideológicas, que não são feitas de indivíduos, mas que se organizam em *formações* [...] que determinam *o que pode e deve ser dito*” (MAINGUENEAU; CHAREAUDEAU, 2008, p. 241, grifos do autor).

A noção de formação discursiva é inseparável da noção de interdiscurso, visto que uma formação dada é concebida por intermédio das relações que estabelece com elementos advindos de outras formações discursivas, sendo também complexificada pelo diálogo constitutivo.

Desse modo, o universo discursivo é definido pelo conjunto de formações que se relacionam numa conjuntura determinada, é “[...] um conjunto finito, mesmo que não possa ser apreendido em sua globalidade” (MAINGUENEAU, 2005, p. 35). O universo discursivo é a ampla rede interdiscursiva em que certo discurso é produzido.

O campo discursivo, contido no universo discursivo, é apreendido nas relações mais próximas entre as formações discursivas que, ao entrar em contato, delimitam-se reciprocamente. Passa-se da totalidade inapreensível, para as diversas micrototalidades que comportam ainda vários subconjuntos de formações.

Já o espaço discursivo, delimitado pelo analista de acordo com os critérios considerados relevantes para sua pesquisa, é definido pelo confronto entre duas formações discursivas, apreensíveis e delimitadas, que entram em contato por meio de alguma identidade sócio-historicamente construída.

Um discurso é, assim, estruturado por aquilo que diz, mas também por aquilo que vela. É, portanto, no espaço discursivo, que os sentidos são negociados, construídos. É aí o lugar onde a relação polêmica se instaura em torno de certo tópico comum apreendido por duas formações discursivas divergentes, que configuram, cada qual, uma prática discursiva.

A prática discursiva, segundo Maingueneau (1997, p. 55-56), remete à ordem textual – todo sujeito é delimitado no discurso pela formação discursiva que marca o

modo de funcionamento dos grupos a ela associados – e à ordem social – todo discurso é produzido por um sujeito da enunciação socialmente constituído. A prática discursiva se refere às noções de formação discursiva e de comunidade discursiva.

Cada formação discursiva constrói, no interior da linguagem, sua rede interdiscursiva, bem como, em seu exterior, uma comunidade para a qual enuncia o que deve por ela ser enunciado (dever-fazer), mantendo-se nos limites dados por sua formação ideológica, entendida como “visão de mundo”, conforme Fiorin (2004). A comunidade discursiva, situada num espaço discursivo delimitado, é, portanto, reflexo da interdiscursividade constituinte do discurso.

1.1. *Veja e Folha*: comunidades discursivas

O espaço discursivo delimitado pelo analista remete a duas práticas discursivas diferentes, que, na ordem textual, referem-se a uma formação discursiva dada, e, na ordem social, a uma comunidade discursiva. Desse modo, delimitaremos duas comunidades discursivas instauradas por dois veículos de comunicação diferentes.

Abordemos a questão da constituição de tais veículos de comunicação, revista *Veja* e jornal *Folha de São Paulo*, com vistas a determinar o lugar discursivo de onde falam, instaurando a comunidade discursiva, pautada também no âmbito do para *quem* se fala e *como* se fala. Visamos depreender as formações ideológicas materializadas em discurso.

A revista *Veja*, criada pelo Grupo Abril, um dos maiores grupos de comunicação do Brasil, publicou sua primeira edição em 1968 e, segundo Hernandez (2003), desde 1995 publica mais de um milhão de exemplares toda semana e possui, de acordo com a Projeção Brasil de Leitores consolidado 2011, cerca de 8.891.594 leitores.

A revista circula no território nacional³² e aborda temas políticos, econômicos e culturais, discursivizando seu ponto de vista em relação a essas temáticas e construindo seu modo próprio de enunciar. Segundo o Instituto Verificador de Circulação de 2012, IVC/2012, a revista possui 58% de seus leitores habitando a região sudeste, 14% na região nordeste e na região sul, 10% na centro-oeste e apenas 4% na região norte.

³² A revista possui também as edições locais, como a *Veja SP* (publicada na capital de São Paulo), as quais não são consideradas na dissertação.

Segundo a EGM, Estudos Marplan Consolidado 2011, atualmente 57% dos leitores são do sexo feminino, e a média de idade fica em torno de 30 a 50 anos, somando também 57% do total. A classe social que mais lê a revista é a classe B, com 53%. Tais dados indiretamente devem aparecer na compreensão semiótica do que é a revista como veículo de comunicação, à medida que é ela é considerada por uma enunciação que se dá na relação enunciador-enunciatário (público-alvo).

A revista constrói o simulacro de produto necessário ao cotidiano brasileiro, o que pode ser verificado nos *slogans* que veicula, tal como “*VEJA, indispensável para o que você quer ser*”. Desse modo instaura um querer e dever-fazer, ou seja, ler a revista para que se alcance determinado objeto de valor, voltado principalmente pelo sucesso profissional.

Ao instaurar-se pela adjetivação de *necessária*, a revista impõe-se aos brasileiros que desejam, segundo ela, ser bem informados, posto que ela pretende trazer à luz os acontecimentos para que o leitor possa “entender melhor o mundo”, como afirma Roberto Civita (2011), filho de um dos fundadores da Editora Abril, hoje presidente do Grupo Abril, ao falar sobre os objetivos da *Veja*:

Ser a maior e mais respeitada revista do Brasil. Ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade, competência jornalística, mas também em sua insistência na necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil. Essa é a missão da revista. Ela existe para que os leitores entendam melhor o mundo em que vivemos

A revista constrói o simulacro de que seu papel é desvelar os acontecimentos nacionais e internacionais intentando modificar o Brasil por meio de leitores bem (in)formados, que, pelo acesso ao conhecimento veiculado, compreenderão melhor o mundo, apreendido e discursivizado pelo ponto de vista da *Veja*.

Mesmo que os dados obtidos absolutamente não sejam objetivos, tendo em vista, por exemplo, que a tiragem de uma revista não define consequentemente o número de leitores, há de se considerar que as informações foram obtidas no próprio site do grupo Abril, que valida desse modo, a imagem de determinado enunciatário pressuposto. Enquanto isso ostenta um simulacro de si como o sujeito que pode e sabe “consertar” o Brasil.

A partir dos dados pesquisados, o modo de enunciar da revista *Veja* instaura como enunciatário, os leitores pertencentes a uma classe social, já amadurecida intelectualmente, pois cobra leitura do que está dito nas entrelinhas. Além disso, temos um enunciatário que quer acesso rápido aos acontecimentos econômicos e políticos mundiais, num mundo construído sob o ideal de prestígio social. Os temas e as figuras do discurso comprovam. Aí está o princípio de uma formação discursiva.

Segundo Hernandes (2001, p. 8), a revista enuncia para uma espécie de elite que, “[...] no jargão da imprensa [...] [está] na categoria dos ‘formadores de opinião’” e perpetua os valores neoliberais e capitalistas assinalados em suas páginas. O leitor, que privilegia a revista como lugar imediato de compreensão dos fatos mundiais é interpelado pela visão de *Veja* acerca da realidade.

Ao trazer a temática ambiental dada na fórmula *desenvolvimento sustentável*, a revista contribui com a compreensão dos núcleos temáticos invariantes e das respectivas variações figurativas a esse discurso contemporâneo. Os leitores constituem uma leitura compatível com os ideais da revista, compatíveis por sua vez com os ideais da enunciação dos anúncios publicitários.

Poder-se-ia argumentar que os anúncios publicitários veiculados na revista *Veja* são de responsabilidade dos anunciantes. Entretanto, ao serem incorporados no todo do referido veículo de comunicação, que gerencia os sentidos que veicula, passam a fazer parte da totalidade da revista.

De tal gerenciamento de sentidos, decorre o fato de que em um anúncio, há uma enunciação única, um enunciador único que, empiricamente remete à empresa que anuncia, ao produtor do anúncio e à revista que o veicula, na construção de uma visão de mundo, que compactua com o enunciatário, o público em geral.

É importante lembrar que a revista, embora tenha iniciado seu processo de existência em meio à ditadura, sendo marcada politicamente por refletir as lutas no interior de tal regime, demonstrando grande preocupação com tal temática política nacional, ela passou, no regime democrático, a incorporar ideais diferenciados, inevitavelmente seduzidos pelo consumo e pelo gesto de fazer-consumir intensificados.

Dessa maneira, a revista *Veja* se torna um modo de propaganda explícita, estabilizando certa visão de mundo pelo seu modo próprio de enunciar os fatos, apreendidos e hierarquizados no interior de uma formação discursiva dada. Tal formação discursiva é designada como formação discursiva dominante, por ser a formação na qual a “elite brasileira” que a lê está inscrita (HERNANDES, 2001, p. 8).

O foco da revista gira em torno da apreensão discursiva dos fatos cotidianos da sociedade brasileira. A escolha dos temas é pautada pelo interesse que possa suscitar em seus leitores, cuja atenção se volta a assuntos políticos e econômicos que tenham impacto em sua forma de vida cotidiana. À capa fica reservado o efeito de atualidade (HERNANDES, 2001, p. 20).

A formação discursiva dominante habitada pela revista é aquela que, como verificamos nas análises dos anúncios, procura manter o *consenso* como forma de um acordo geral instalado na comunidade discursiva formada pela revista, que recria a realidade discursivizando e propagando seus ideais.

A comunicação carrega em si a influência que detém sobre o *outro*, porém, é necessário compreender que a adesão à construção das pressuposições de um discurso ocorre em uma via de mão dupla, sendo o enunciatário integrante do processo. Tudo isso tem relação com a fórmula, cotejada entre discurso e interdiscurso.

Apreender o discurso como produto de uma formação discursiva chamada dominante, calcada numa comunidade discursiva que comunga de tal visão, só é possível devido ao exame empreendido sobre a adesão, sobre o reconhecimento que o enunciatário tem dos valores axiológicos da citada formação.

O enunciatário se reconhece nos valores do discurso enunciado, por isso neles procura se inserir, formando a comunidade discursiva capaz de lhe oferecer validação e circulação. Há aí uma espécie de especularidade enunciativa em que enunciador e enunciatário se reconhecem mutuamente.

O processo de adesão, ou não, aos valores dados na enunciação é característico de qualquer produção discursiva. Semelhante processo ocorre com o jornal *Folha de São Paulo*, que, ao habitar uma determinada formação discursiva, produz sentido dando vazão aos valores que a sustentam, instaurando também uma comunidade discursiva, que valida suas produções e as faz circular.

O jornal foi criado em 1921 e é por ele mesmo considerado “o jornal mais influente do Brasil”, que ostenta como princípios editoriais “o pluralismo, apartidarismo, jornalismo crítico e independência” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2012a). Se recuperarmos o sujeito da enunciação apenas pelo que está enunciado, é possível apreender do jornal um modo de enunciar caracterizado pela relativização mais do que pelo enrijecimento dos fatos.

Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação, o IVC, a média de exemplares do jornal que circulam entre segunda e domingo é de 296.288 unidades,

sendo o jornal de maior tiragem entre os jornais diários. Tal posição foi alcançada “[...] durante a campanha pela redemocratização do país, em 1984, quando empunhou a bandeira das eleições diretas para presidente” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2012b).

A posição política é fortemente marcada pelo jornal, que procura com linguagem pretensamente clara abordar temas nacionais e internacionais em seus cadernos diários, oferecendo análises dos acontecimentos políticos e econômicos, informações sobre o cotidiano na cidade, elucidação de novas tendências na área de saúde e ciência bem como críticas acerca das produções culturais.

A linha editorial, sistematizada nas normas do jornal, que “[...] apostam na iniciativa e no discernimento individuais, na inventividades das soluções em cada caso e na disposição para manter o jornalismo em aperfeiçoamento constante” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2012), dá o tom de que o jornal estaria ali para apenas informar, de que cabe ao leitor decidir sua linha de pensamento em relação a determinado tema.

O simulacro criado pelo jornal é o daquele que procura elucidar e não impor o que diz, fazendo uso de recursos visuais como modo de expor os assuntos abordados. Segundo Discini (2009, p. 200), “[...] o modo de ser crítico não poderia, na *Folha*, circunscrever-se a um dever-ser, predicado alheio a uma práxis enunciativa que euforiza a instabilidade”.

A instabilidade mencionada perpassa os diversos gêneros que circulam no referido jornal, dentre eles o artigo de opinião assinado por seus colunistas, tal como Luiz Felipe Pondé, cujo artigo veiculado no caderno *Folha Ilustrada* será nosso objeto de investigação. Tal artigo relaciona-se com os anúncios publicitários apreendidos na revista *Veja* e analisados no Capítulo II, à medida que ambas as frentes, anúncio e artigo de opinião, abordam temática afim, como veremos adiante.

Conforme Discini (2003) percebemos um modo de enunciação característico de cada veículo de comunicação analisado, que remete a um modo de presença na sociedade. As diferenças, que se dão primeiramente na cena genérica apreendida entre artigo e anúncio, refletem um modo particular de apreender os fenômenos do mundo, colocando-os em discurso e fazendo-os circular por meio da cenografia instituída.

2. ANÁLISE DE UM ARTIGO DE OPINIÃO

A fórmula *desenvolvimento sustentável* é reiterada por diversos atores sociais. Ela está intimamente ligada ao processo do *querer e dever dizer*, do *querer e dever ser* politicamente correto, tendo em vista que a fórmula remonta à ideia da preocupação ambiental que se impõe ao sujeito.

O universo semântico corresponde na Semiótica à totalidade dos sistemas de valores que se articulam antes da realização em estruturas axiológicas (GREIMAS; COURTÉS, 2004, p. 523). Os universais semânticos estão no nível profundo e regem a construção da significação desvelada pelo percurso gerativo do sentido.

Os universais semânticos que regem o discurso do *desenvolvimento sustentável* desde o nível fundamental, /identidade/ vs. /alteridade/, estão organizados discursivamente nas categorias: *consenso* vs. *dissenso*. Até o momento, analisamos os discursos do *consenso*, apreendidos nos anúncios publicitários, que têm como característica própria buscar persuadir o maior número possível de enunciatários e, por isso, procuram valer-se de posições consensuais em relação ao tema proposto.

Por outro lado, existem os discursos que procuram ressignificar a fórmula, fazendo irromper o questionamento ao pré-estabelecido em relação a ela e suscitando a emergência das divergências em lugar das semelhanças. Tal postura é instaurada no artigo que será analisado neste capítulo, no qual a fórmula é vista de maneira diversa: a partir do *dissenso* instalado discursivamente. Vamos a três passagens desse artigo (Anexo G, p. 140), que remetem ao problema do *desenvolvimento sustentável*:

a) “O mercado do apocalipse verde tem seus sábios-profetas-cientistas, mágicos, gurus espirituais, nutricionistas-sacerdotes de alimentação sagrada, mercado de cristais sustentáveis, enfim, tudo que há nos fanatismos humanos” (PONDÉ, 2012).

b) “As pessoas vão às ruas porque o verdismo é uma espiritualidade fanática como qualquer outra, regada pelo comunismo requeentado: o verdismo é uma melancia, verde por fora, vermelho por dentro” (PONDÉ, 2012).

c) “Isso não quer dizer que não exista um problema de sustentabilidade no mundo, apenas que os fanáticos verdes nem sempre ajudam a enfrentá-lo” (PONDÉ, 2012).

O artigo assinado por Luiz Felipe Pondé, filósofo e professor, é um dos discursos que se inserem no que, conforme Krieg-Planque (2012), designamos de repolitização do debate, o que remete a uma nova formação discursiva relacionada à fórmula *desenvolvimento sustentável*: aquela que traz à luz as adversidades em lugar das universalidades.

O lugar discursivo do enunciador Pondé – que confirma pelo modo de dizer, um sujeito graduado em medicina e em filosofia, com doutorado na segunda opção, professor universitário e autor de diversos livros, artigos e ensaios – determina as escolhas lexicais que faz em relação a certo tema. Seus textos são marcados pela acidez na crítica, principalmente a questões contemporâneas.

Pondé é atualmente colunista do jornal *Folha de São Paulo*, contexto de produção do texto ora analisado e que teve publicação impressa e disponibilização *online* no site do jornal. Desse modo, o autor está instaurado na comunidade discursiva formada pelos jornalistas do grupo *Folha* e pelo público que lê o jornal, compactuando (ou não) com os ideais discursivizados em suas páginas, mas certamente interessado neles.

O artigo de opinião, assim designado pela noção de gênero, relacionado à cena genérica (Maingueneau, 2008a) instalada no discurso, instaura o simulacro do enunciatário, como o interessado em questões de cunho político. É um enunciado que, por meio da argumentação consistente, traz usualmente a polêmica implícita ao tema, visto que procura abordá-lo do lugar que polemiza a *doxa*, instaurando, assim, seu ponto de vista.

Discursivizando por meio de uma debreagem de primeira pessoa (“Confesso: sou infiel”) e instalando a subjetividade assumida, Pondé assina o texto e coloca-se discursivamente como seu enunciador. É um processo característico do gênero *artigo de opinião*, que traz desvelada a noção de um enunciador politicamente informado e engajado. Esse enunciador é afeito a dar vazão a temas atuais, sobre os quais é capaz de construir uma argumentação persuasiva, que visa incorporar os interlocutores no seu discurso.

Verificamos tal processo enunciativo no primeiro parágrafo do artigo, no uso dos verbos *confessar* e *ser* em primeira pessoa do singular: “Confesso: sou um infiel. Não no sentido de fidelidade amorosa, mas religiosa. Não creio no aquecimento global por causa antropogênicas” (PONDÉ, 2012).

Nosso interesse, não incidente apenas em questões relativas à cena genérica nas quais os discursos acerca do *desenvolvimento sustentável* são engendrados, se volta à delimitação do espaço discursivo à medida que remete a duas cenografias, a dois modos de enunciação diferentes, relacionados a duas formações discursivas também diferentes.

Interessa então verificar a maneira como o discurso foi construído enquanto reitera um modo de discursivização da relação com o *outro*, o mundo referencializado na própria fórmula. Na cenografia, a configuração discursiva é reconstruída e, a partir dos temas e figuras eleitos, é também estruturada a visão de mundo própria a ela.

O artigo intitulado “O infiel”, já no título, remonta à isotopia³³ religiosa, como conjunto cultural de crenças, sob o qual os sujeitos estão em relação de fidelidade para prover a manutenção dos valores por ela pregados; manutenção do *consenso* instalado pelas regras de certa comunidade.

O título torna-se a chave de leitura do texto, posto que instaura a discordância em relação a algum ponto de vista, sendo o sujeito enunciador adjetivado como *infiel*: aquele que viola as regras estabelecidas por algum sistema social. No decorrer da análise, depreendemos o ponto de vista ao qual Pondé se opõe.

É possível aí confirmar a isotopia projetada dada no lexema *religiosa*, *infidelidade religiosa*, que confere homogeneidade semântica ao longo do encadeamento textual. Também se projeta a isotopia ambiental permeada pelo discurso científico, presente no lexema *aquecimento global*, entre outros.

Há, então, a instalação de duas isotopias paralelas ou a superposição de duas isotopias diferentes nesse texto, que terá, portanto, a homogeneidade semântica possibilitada por dois eixos. Tal fato é verificado no terceiro parágrafo do artigo: “Isso mesmo, repito para que meu pecado conste nos autos: não creio que o aquecimento global seja causado pela emissão de gás carbônico [...]” (PONDÉ, 2012)

Pondé, nesse terceiro parágrafo, insiste na subjetividade (apreendida nas conjugações em primeira pessoa dos verbos *insistir* e *crer*), e na dupla isotopia instaurada (apreendida nos lexemas *pecado* e *crer* da isotopia religiosa, e nos lexemas *aquecimento global* e *gás carbônico* da isotopia designada científico-ambiental). Embora o lexema *autos* possa remeter ao discurso jurídico, asseveramos que ele reforça

³³ “De caráter operatório, o conceito de isotopia designou, inicialmente, a iteratividade, no decorrer da cadeia sintagmática, de classemas que garantem ao discurso-enunciado a homogeneidade” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 276).

a ideia do religioso, pois evoca, mesmo que lateralmente, os autos de um processo inquisitorial, típico da Idade Média.

O autor aborda indiretamente a fórmula *desenvolvimento sustentável*, utilizando variantes que a tangenciam. Pondé fala em “*sustentabilidade*”, em “*aquecimento global*”, em “*emissão de gás carbônico*”, em “*verdismo*”, em “*apocalipse verde*”, em “*fanáticos verdes*”, em *natureza*, em “*ecocéticos*” etc., escolhas lexicais (figurativas e temáticas) que, pela memória discursiva, remontam-nos ao *desenvolvimento sustentável*, que fica exacerbadamente tematizado.

As próprias variantes da fórmula dão corpo e validação para o funcionamento da própria fórmula, à medida que elas se amalgamam no processo de deslocamento e construção dos sentidos. O artigo de Pondé pode ser apreendido, do ponto de vista temático, como inserido no debate acerca da fórmula *desenvolvimento sustentável*, numa de suas variantes mais produtivas atualmente, qual seja, a sustentabilidade. Isso acontece, pois apesar de não trazer explicitamente a fórmula em sua estrutura significante, os sentidos do texto são por ela gerenciados.

O tema do aquecimento global, relativo ao aumento da temperatura decorrente da emissão dos gases de efeito estufa, é compreendido como um efeito colateral sofrido pelo planeta devido ao processo de desenvolvimento econômico industrial. O aquecimento global compreende uma alteração climática, portanto ambiental, causada no planeta em decorrência da ação do homem, isso corre no interdiscurso.

O conceito de *desenvolvimento sustentável*, ao ser definido como um tipo de desenvolvimento que pretende não gerar mais danos ambientais, nem para essa geração, nem para as futuras, engloba os aspectos pontuais como o aquecimento global e o efeito estufa, que também funcionam na relação com o interdiscurso.

O discurso acerca do aquecimento global e do efeito estufa tem uma relação intrínseca com o discurso científico, que valida tais fenômenos como um processo causado pelas ações humanas de devastação. O discurso científico, que aborda tais tópicos, recorre a dados observáveis da ação humana perante a natureza.

O discurso científico construirá assim, sua argumentação acerca de tais temas, de modo diferente do que faz Luiz Pondé, ou supostamente de algum ator da esfera religiosa. O discurso científico se refere ao mundo por meio da comprovação e análise de dados. Traz a luz, portanto a medição da emissão de gases nocivos à natureza, bem como a medição das temperaturas nos oceanos. Informa sua maneira de semantizar o

tema do aquecimento global, como parte do tema sustentabilidade e constrói o simulacro de verdade científica.

Por outro lado, algum suposto ator inserido na esfera religiosa, como hipótese, julgamos que possa alegar que o aumento das temperaturas e seus efeitos sejam consequências da ação que nós, humanos, desenvolvemos em relação à obra divina, que é a natureza. Pondé, por sua vez, argumenta que não crê que o aquecimento global seja causado por ações humanas e que o discurso científico emparelha-se ao discurso religioso ao corroborar as ações dos ambientalistas mais radicais.

Com efeito, o ambientalismo radical na contemporaneidade camufla-se no discurso científico como meio de validação do seu dizer. Ao enaltecer os efeitos devastadores da ação humana na natureza, pela manipulação de dados científicos, ele instaura a preocupação com o que será da humanidade no futuro e torna-se uma modalidade de religião, de salvação de um apocalíptico fim da raça humana.

Pondé assinala esse lugar do discurso ambientalista: de colocar-se como uma forma de religião por meio do discurso científico. O modo de enunciar deste último remete a uma verdade absoluta e inquestionável, tal como a religião o faz para manter as mentes e corações a ela aderidos.

Ao refutar a ideia de que o aquecimento global seja causado pelo homem, Pondé contraria o ponto nodal do discurso extremo ambientalista, que instaura o “apocalipse verde” (PONDÉ, 2012) como forma de doutrinar, assim como a religião, seus fiéis.

O autor se declara e é, portanto *infiel* a essa causa interpelada pela fórmula *desenvolvimento sustentável*, criada como novo recurso de pensar a relação do homem com o meio, sendo o homem, por intermédio do desenvolvimento econômico desenfreado, entendido como causador do aquecimento global e de todo o mal à natureza.

Pondé emparelha-se a alguns cientistas que também afirmam haver alteração de dados científicos por parte dos ambientalistas extremos. Tais cientistas são chamados de *ecocéticos* no artigo. Tal sintagma sintetiza a isotopia religiosa e a científica. O prefixo *eco* faz remissão à ecologia, como parte do ambientalismo e da ciência, e *cético*, aquele que crê na falsidade ou ilegitimidade dos valores propagados, sendo a fé parte do universo religioso.

Devido ao fato de o aquecimento global estar no centro do debate sobre como as ações do homem não se pautam num modo de desenvolvimento consciente, e daí a

necessidade de criação de um *desenvolvimento sustentável*, Pondé vai contra, implicitamente, à fórmula, ao contestar uma de suas variantes.

Para o autor, as noções que estão em torno de uma realização do *desenvolvimento sustentável*, como minimização dos efeitos do homem no ambiente, tal qual o efeito estufa e o aquecimento global, geram um “mercado do apocalipse verde” (PONDÉ, 2012). Isso se vincula ao fanatismo humano, como modo de gerenciar as mentes pelo medo.

No artigo, o discurso científico é trazido como lugar onde há a afirmação dos efeitos devastadores da ação do homem, onde é articulado o sentimento de medo e a necessidade de uma maneira alternativa, produzida discursivamente no *desenvolvimento sustentável*.

O artigo critica a postura que mantém o *consenso*, a *doxa* sobre a relação do ser humano com o desenvolvimento econômico e com o planeta e seus recursos naturais, que dita a ação do homem como devastadora e instaura o medo do apocalipse, como fanatismo verde e religioso.

A crítica incide no modo como grande parte da sociedade lida com as questões relacionadas ao *desenvolvimento sustentável*, como fórmula discursiva que funciona nos diversos discursos, sendo sempre ressemantizada. Porém, a necessidade do debate também é assinalada no artigo, visto que, ao fazer tais críticas “[...] não quer dizer que não exista um problema de sustentabilidade no mundo, apenas que os fanáticos verdes nem sempre ajudam a enfrentá-lo” (PONDÉ, 2012).

A articulação do tema da preocupação ambiental, implicitamente dado pela fórmula *desenvolvimento sustentável*, é feita com o tema da religião e da ciência, uma vez que a ciência estaria perdendo, segundo o autor, seu caráter de relativismo e funcionando como uma religião, como uma verdade absoluta. Enquanto isso, passaria a instaurar as reações fanáticas, características da religiosidade.

O aquecimento global e o efeito estufa, advindos da emissão de gás carbônico na atmosfera por uma ação do homem, são postos como uma das grandes causas do mal do desenvolvimento humano na terra. Esse discurso coloca-se como pré-construído, assentado no *consenso* que mobiliza.

Diante disso, o artigo questiona o lugar da relatividade na ciência, afirmando crer que aqueles fenômenos são naturais e que estão apenas cumprindo seu ciclo. Desse modo, a instalação do “apocalipse verde” (PONDÉ, 2012) faz parte do gerenciamento dos sentidos.

O gerenciamento dos sentidos prevê a adesão ao discurso da *doxa*, visto que em tal concepção “[...] discordar não é ser visto como alguém que debate teorias científicas, como deve ser o convívio saudável em qualquer ciência, mas sim como recusa de adesão a uma forma de verdade superior e pura” (PONDÉ, 2012).

O artigo, ao construir-se enunciativamente pautado no questionamento, assenta-se como um discurso gerido pelo *dissenso*, ou seja, pela postura de enfrentamento e de instalação da divergência. Tal fato remete a uma cenografia própria apreendida numa configuração discursiva diferente daquela que mantém o *consenso* instaurado sobre os efeitos do homem e sua relação necessária com o *desenvolvimento sustentável*.

A dupla isotopia, apreendida na configuração discursiva própria, rege a construção do artigo, conjugando dois universos discursivos, o religioso e o jornalístico com ares de cientificidade. A finalidade é argumentar em torno, da “religião sustentável”³⁴, conforme Pondé em outro artigo de sua autoria, como verdade absoluta e inquestionável.

Configuração discursiva do <i>desenvolvimento sustentável</i> no artigo de opinião	
Núcleo temático: <i>desenvolvimento sustentável</i>	
Variação temática	Variação figurativa
Jornalismo opinativo com características de uma confissão religiosa	Confessar, infiel, crer, religiosa, Deus, pecado, autos, religiões, apocalipse, “vontade de Deus”, autoridades eclesiásticas, heresia
Jornalismo opinativo com ares de cientificidade	Aquecimento global, carros aquecendo o planeta, Sol, emissão de gás carbônico, ciclos de aquecimento e esfriamento, astrofísica, “verdade científica”, cientistas, Kant, Newton

Quadro 9 – Configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável* no artigo de opinião

Pondé, ao tratar de tais conteúdos temáticos em seu artigo, abrange veladamente questões inseridas na fórmula *desenvolvimento sustentável*. A ausência da estrutura significativa da fórmula no artigo é também fator que contribui em sua construção discursiva, visto que o apagamento também significa.

³⁴ PONDÉ, L. F. Religião Sustentável. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 26 set. 2011.

A não utilização direta da fórmula *desenvolvimento sustentável* ao longo do texto remete a uma enunciação que refuta a adesão a um discurso homogeneizador, que coloca um sintagma como centro do debate, como lugar obrigatório de passagem.

Se, a nosso ver, a tentativa do autor é repolitizar o tema, ele procura alcançar tal objetivo também ressemantizando o tema. A referida ressemantização acaba por instaurar uma nova cenografia, que escapa à *doxa* sobre os efeitos devastadores do homem no planeta, relativizando tal verdade e mobilizando os sentidos tidos como estabilizados.

Em boa medida, Pondé, em seu artigo, ao se posicionar polemicamente em relação ao discurso do *desenvolvimento sustentável* a qualquer custo, coloca em evidência o que outros atores sociais já fizeram em relação à ditadura do politicamente correto, isto é, mostra como esses discursos instauram-se no simulacro de estritamente monológicos, sem nenhum tipo de espaço para o debate.

2.1. A fórmula na cenografia

A proposta de Maingueneau (2008a), segundo a qual o discurso é produzido numa dada cena da enunciação que o legitima, remete às particularidades enunciativas de dado discurso. A cena da enunciação é composta por três cenas de fala, a saber, a cena englobante, a cena genérica e a cenografia.

A cena englobante diz respeito ao tipo de discurso em seu caráter pragmático, considerando sua finalidade e seu público-alvo, por exemplo, o discurso jornalístico, o discurso publicitário, o discurso jurídico etc., que estabelecem o estatuto da relação entre enunciador e enunciatário.

A cena genérica corresponde ao gênero do discurso que implica um contexto específico. Os gêneros compreendidos como enunciados estabilizados estão contidos na cena genérica, que determina o funcionamento enunciativo de certo discurso: como receita, carta, artigo, reportagem, bilhete etc.

A cenografia, por sua vez, é construída na enunciação enunciada. A cenografia é determinada no e pelo discurso como cena de fala, onde o sujeito e seu discurso se originam. O discurso, persuasivo por natureza, pretende instituir sua cenografia própria para nela ter validação de suas práticas.

Na cenografia, o discurso coloca em jogo o lugar ocupado pelo enunciador e pelo enunciatário, estabelecendo o tipo de relação pretendida, de modo a validar por meio da enunciação, o enunciado. A cenografia desenvolve-se na linearidade do discurso e, ao longo de seu percurso, é nele validada.

Nem sempre a cenografia se identifica com o gênero no qual ela é instituída. Assim, nas eleições legislativas de 2010, por exemplo, o candidato a Deputado Federal pelo Estado de São Paulo, “Tiririca”, mobilizou na sua propaganda política, no horário eleitoral, a cenografia de um espetáculo circense. Esse dado mostra que, embora a cenografia faça necessariamente parte de um gênero, não é imperativo que com ele coincida.

Tanto nos anúncios publicitários quanto no artigo de opinião analisados, temos a construção de cenografias próprias, nas quais a enunciação enunciada estabelece a configuração discursiva. É, portanto, na cenografia, no modo de enunciar, que se colocam os temas e as figuras, não determinados anteriormente ao ato enunciativo.

Há de se considerar que tanto a cena englobante quanto a cena genérica exercem certa influência no discurso, visto que um anúncio publicitário que visa à adesão do maior número de interlocutores possível, não irá abordar os temas e concretizá-los de forma crítica e polêmica, tal como o faz o gênero *artigo de opinião*.

Porém, as pesquisas concernentes à questão do gênero como prática sócio-histórica afirmam ele ser, cada vez mais, um conceito híbrido, fluido, dado que a contemporaneidade, pela aceleração dos processos de comunicação e de circulação discursiva, extrapola os limites estabilizados.

Parece-nos importante olhar, então, para a cenografia como o lugar discursivo onde exercem influência a cena englobante e a cena genérica, mas, principalmente, como o local em que é instituída a construção enunciativa do enunciador, como modo de expressão da sua formação discursiva, limitada, é claro, pelas cenas antecedentes.

A cena englobante e a cena genérica determinam o “[...] espaço estável no interior do qual o enunciado ganha sentido” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 116). Contudo, tal estabilidade se perde no percurso da construção da cenografia e passa a ser nela que o sentido ganha corpo. A cenografia pressupõe o modo de dizer peculiar, não estabelecido previamente em nenhuma das cenas enunciativas anteriores.

A cenografia é o terreno da instabilidade, é o lugar em que as regras estabelecidas pelo quadro cênico são transgredidas, em que o sujeito constrói sua

enunciação de um modo próprio e jamais reiterável como ele mesmo, dado que toda enunciação é nova a cada vez que se enuncia.

A enunciação enunciada pressupõe um enunciador. A ele se vincula a subjetividade em relação à linguagem, o que remete à cenografia construída e pautada em tal relação. Para atingir seus objetivos, o discurso pode subverter os limites dados pela cena englobante e pela cena genérica e fundar seu modo próprio de construção do sentido como expressão ideológica.

Os anúncios publicitários analisados, que remetem ao tema do *desenvolvimento sustentável*, são anúncios que, pela cena genérica, deveriam estabelecer uma relação de persuasão à compra de um produto ou de um serviço. Porém, eles constroem um modo de venda pautado na informação de que a empresa se preocupa com a natureza.

A cena genérica do anúncio publicitário pressupõe, segundo Barbosa e Rabaça (1987), mensagens de venda que provocam o desejo de comprar e de se satisfazer, usufruindo do produto ou serviço anunciado. A mensagem é elaborada visando atrair a atenção e despertando interesse pelo produto anunciado e, além disso, para circunscrever a empresa que produz tal produto como responsável socioambientalmente.

Os anúncios que contêm a fórmula constroem-se discursivamente na intenção de informar os leitores acerca das práticas socioambientais das empresas, afirmando o *dever-saber* sobre o que é o *desenvolvimento sustentável* e demonstrando o *querer* e o *poder-fazer*, pelo modo como promovem tal ação.

Algumas vezes, ainda se percebe o tom de ensinamento adotado pelos anúncios, que têm a imagem do enunciatário como aquele que não está em conjunção com o *saber* acerca da fórmula *desenvolvimento sustentável*. Aí instituem uma cenografia própria, a da informação acerca da empresa e não a da venda de um produto específico, além de um certo didatismo.

No anúncio publicitário da edição 1910 da revista *Veja*, vimos a definição do que é o *desenvolvimento sustentável*, num movimento de doação da modalidade do saber ao enunciatário por parte do enunciador:

Acreditar no desenvolvimento sustentável é investir num futuro melhor. Banco Real. O banco líder no uso de papel reciclado em larga escala. O Banco Real contribui para a preservação do meio ambiente porque acredita que isso é importante para a sociedade em que atua. [...] Faça como o Banco Real: reduza o consumo, reutilize quando não for possível reduzir e recicle sempre que puder (BANCO REAL, 2005)

Temos nesses dois segmentos do enunciado, o primeiro, de caráter definicional, e o segundo, de caráter imperativo. A construção da cenografia é dada por um enunciador, que *sabe, pode, quer* e promove (*faz*) o *desenvolvimento sustentável*; e por um enunciatário, colocado na posição daquele que deveria ser dotado de tais modalidades.

Pensemos acerca da cena da enunciação envolvida neste discurso. Podemos, segundo Maingueneau (2008a), concebê-la de três modos: a) como texto publicitário (tipo de discurso: discurso da publicidade); b) como anúncio de Banco (cena genérica) e c) como anúncio da empresa sobre a preservação ambiental, bem como sobre como promovê-la (cenografia).

Em cada uma das cenas a) englobante, b) genérica e c) cenografia, há um modo de relações estabelecido na enunciação, com a delimitação de formas diversas do papel do enunciatário. Na cena englobante ele é consumidor, na cena genérica é pessoa física ou jurídica que tem interesses no anúncio de um banco e na última, na cenografia, é cidadão que deve, assim como o banco, preocupar-se com o meio ambiente e agir.

O leitor, como enunciatário de certo discurso é estabelecido na cenografia, lugar onde as latências da manipulação, implícitas a toda produção discursiva são desveladas.

A cenografia estabelece o modo de persuasão que age sobre o enunciatário e não é delimitada anteriormente. Ela só é definida na enunciação no momento que se enuncia e é validada durante seu percurso de discursivização pelo enunciatário. Este é manipulado a assumir seu papel na cenografia estabelecida.

O sujeito contemporâneo é interpelado a todo o momento em sua vida cotidiana pelas questões ambientais, principalmente pelos veículos de comunicação que circulam em um ritmo acelerado a temática. Desse modo, esse sujeito é modalizado pelo *querer* e pelo *dever* entrar em conjunção com o objeto de valor preservação ambiental, sintetizado na fórmula *desenvolvimento sustentável*.

O anúncio do Banco Real oferece tais modalidades ao enunciatário, informando o que é o *desenvolvimento sustentável* e sobre como promovê-lo no cotidiano, pelas ações pautadas nos três R's (reciclar, reutilizar e reduzir), e pelo uso das funções de empresas que tem preocupações com o meio ambiente, como o Banco Real.

Maingueneau (2008, p. 88) argumenta que “a cenografia deve ser adaptada ao produto”, de onde decorre que o produto vendido pelas empresas que veiculam anúncios se utilizando da fórmula *desenvolvimento sustentável*, não é da ordem da concretude

consumista, mas da abstração dela, pois as empresas vendem a sua própria imagem como forma de o enunciatário inserir-se no paradigma ambiental.

A adaptação da cenografia ao produto, no caso, da venda de um conceito, é depreendida da relação informativa e instrutiva inserida na cena genérica de anúncio publicitário. Para vender um produto da ordem da abstração, torna-se necessário defini-lo, delimitando também a forma de alcançá-lo.

Existem, segundo Maingueneau (2008), três tipos de discurso: aqueles que se detêm na linearidade das cenas da enunciação, mantendo o encadeamento entre cena englobante e cena genérica, outros que exigem uma escolha da cenografia e ainda aqueles que podem variar, ora mantendo a cena genérica, ora instaurando a cenografia.

Há então cenografias específicas – aquelas que, apesar de transgredirem a cena genérica, podem ser precisamente delimitadas – e as cenografias difusas, que constroem um conjunto vago de cenografias possíveis. O anúncio, segundo nossas análises, instaura uma cenografia difusa, pois se desloca do gênero *anúncio publicitário*. Porém não estabelece uma cenografia específica, variando entre a informação e a instrução.

Apesar de a cena englobante e a cena genérica estarem definidas, a cenografia do anúncio publicitário é travestida de um lugar de instrução, de doação da modalidade do *saber* ao enunciatário, como modo de adaptação ao produto. Mas isso acontece principalmente como maneira de alcançar uma enunciação persuasiva eficaz.

O anúncio, com a construção cenográfica peculiar, coloca a empresa como detentora do *saber* sobre a fórmula: a empresa sabe o que ela é e desempenha atividades para promovê-la. Ao final, pretende ensinar o enunciatário como inserir-se no paradigma ambiental, segundo o ponto de vista do enunciador.

Numa única cena enunciativa, a empresa, ao mobilizar a fórmula *desenvolvimento sustentável*, diz da pertinência de adquirirmos tal produto. Entretanto reafirma a relevância socioambiental e pedagógica de tal aquisição. Trata-se de uma espécie de discurso duplo que se apresenta tanto pelo seu direito quanto pelo seu avesso somente com valores eufóricos.

A configuração discursiva, instalada no nível discursivo do percurso gerativo do sentido, pensada como remissão a uma visão de mundo sobre dado tema, que sofre as variações temáticas e figurativas, é estabelecida pelo enunciador que se enuncia em seu discurso, semantizando as categorias por ele construídas.

A cenografia é o lugar em que a configuração discursiva se instala, estabelecendo uma dada relação entre enunciador e enunciatário. De fato, os temas e

figuras são determinados, em parte, pela cenografia construída. O texto, considerado o rastro de discurso no qual a fala é encenada, demonstra a cenografia na medida em que a constrói, também como modo de construção do dispositivo de validação do dizer.

As três cenas de enunciação podem ser pensadas segundo outra categorização discursiva *estabilidade vs. instabilidade*. A cena englobante e a cena genérica estão na ordem da estabilidade, pois atribuem aos papéis específicos na relação enunciativa e estabelecem o ambiente delimitado. Já na cenografia o que há é instabilidade.

A cenografia representa a situação na qual a enunciação torna-se pertinente (Maingueneau, 2006). Além disso, a situação de enunciação mostrada é construída nas indicações discursivas e textuais que interagem entre si. A configuração discursiva, como dispositivo semântico que confere aos temas e às figuras o tom do discurso, é o lugar em que a cenografia é validada. O papel de integração da cenografia faz com que ela não seja definida por uma configuração estável.

A instauração de uma nova cena, distinta da instituída na cena englobante e na genérica, cria a tensão na relação enunciador-enunciatário. Entretanto, à medida que se desenvolve, subverte as cenas estabelecidas e cria o dispositivo próprio de enunciação.

A cenografia é então criada como meio de validação enunciativa. No gênero específico de um anúncio publicitário, tal validação é necessária para a sanção positiva por parte do consumidor. Segundo Maingueneau e Charaudeau (2008, p. 97) “[...] os gêneros que mais recorrem às cenografias são aqueles que visam agir sobre o destinatário, a modificar suas convicções”.

Nas cenas genéricas analisadas - anúncio publicitário e artigo de opinião - há um grau elevado de intencionalidade na construção da opinião do *outro*. A cenografia criada em ambos tem objetivos específicos: no anúncio tende a influenciar o enunciatário a *querer* e *dever* entrar em conjunção com os valores do *desenvolvimento sustentável*, enquanto no artigo ocorre um questionamento sobre esses valores modais.

Na cenografia se estabelecem os temas e as figuras por meio da configuração discursiva, que remete a determinada visão de mundo. Não é só na cena englobante, nem na cena genérica que se apreende a concretização semântica do discurso, mas na cenografia, como enunciação enunciada que remete a um enunciador próprio, com objetivos específicos.

No gênero *artigo de opinião* encontra-se o posicionamento argumentativo do sujeito em relação ao tema, geralmente polêmico. Segundo Barbosa e Rabaça (1987, p. 18), o artigo é um “[...] texto jornalístico interpretativo e opinativo, mais ou menos

extenso, que desenvolve uma idéia ou comenta um assunto a partir de uma determinada fundamentação”.

No artigo de opinião analisado, o enunciador coloca-se como sujeito da enunciação argumentando acerca de certo tema. Como característica do gênero, isso remonta à cena genérica. Porém, apreendem-se, do mesmo modo, as características peculiares da enunciação dadas somente na construção da cenografia.

O artigo de Pondé institui então como cena de fala, no interior da cena genérica *artigo de opinião*, a alusão a uma confissão religiosa, que é ironizada, pois parece, mas não é. Fica a confissão religiosa como o lugar onde o penitente falaria sobre sua transgressão das regras estabelecidas e esperaria assim a sanção do julgador.

A cenografia peculiar construída é a da suposta confissão, em que temos Pondé, o autor do artigo de opinião e também o penitente que confessa ser infiel e não crer ser o homem o causador do aquecimento global. Os leitores do artigo-confissão são colocados como os julgadores que sancionariam tal heresia, se a confissão fosse verdade e não ironia. O autor opera a partir da isotopia criada, criticando o lugar da ciência como religião.

O artigo institui o enunciatário como o detentor das modalidades do *poder* e do *saber*, dado que na cenografia da “confissão”, ele é o sancionador do enunciador-“penitente”. A cenografia, na atribuição dos papéis enunciativos, cria os dispositivos que a validam e, nesse sentido, torna-se o centro da enunciação. Transmite muito mais que conteúdos, atribuindo no discurso, os papéis socialmente representados.

“Confesso: sou um infiel [...]. Isso mesmo, repito para que o meu pecado conste nos autos” (PONDÉ, 2012). Assim se institui a cenografia no interior da cena genérica estabelecida pelo artigo de opinião. Tal construção remete ao modo particular de semantizar o assunto abordado, implicitamente relacionado ao tema *desenvolvimento sustentável*. Isso constrói o lugar do enunciador e do enunciatário, bem como a configuração discursiva própria ao discurso.

A relação que o enunciador estabelece na enunciação para tratar de certo tema no enunciado remete também ao estilo autoral, logo, à noção de estilo como “[...] modo próprio de dizer de uma enunciação única, depreensível de uma totalidade enunciada” (DISCINI, 2004, p. 17). Para que confirmássemos o estilo autoral, teríamos de tomar outros artigos jornalísticos de Pondé, o que no momento foge à nossa metodologia de trabalho.

Tanto os anúncios publicitários quanto o artigo de opinião consultado se inserem, implícita ou explicitamente, na temática ambiental. A fórmula *desenvolvimento sustentável* é dada de modo peculiar e próprio pela construção da cenografia que valida a enunciação. Depreendemos, dessa maneira, o seguinte quadro:

	Discurso A	Discurso B
Cena englobante	Discurso publicitário	Discurso jornalístico
Cena genérica	Anúncio publicitário	Artigo de opinião
Cenografia	Persuasão para “vender” o conceito	Confissão religiosa, no modo do parecer (mentira). Crítica social no modo de ser (segredo)

Quadro 10 – Cena enunciativa

A configuração discursiva está, portanto, situada na cenografia construída pelo enunciador, por meio dos objetivos específicos traçados em cada enunciado. É na enunciação enunciada, como mecanismo próprio do sujeito da enunciação, que estão os valores dados pela tematização e pela figurativização, que remetem a uma configuração discursiva, como visão de mundo discursivizada. Depreende-se, desse fato, que a cenografia e a configuração discursiva delimitam-se reciprocamente.

3. CONFIGURAÇÃO INTERDISCURSIVA: DEPREENSÕES TEÓRICO-ANALÍTICAS

Dois discursos foram relacionados no espaço discursivo. Estamos lidando com duas cenografias que marcam a passagem de uma configuração discursiva a outra, dada pelas variações contextuais.

É, portanto, na cenografia, que ocorre a semiotização da fórmula, ou seja, na passagem de uma configuração discursiva a outra se instaura a polemicidade característica. O movimento do quadro cênico instaura os sentidos mais internos da materialidade discursiva como ideologia encarnada.

Em outros termos, a cenografia é o contexto que dá sustentação à fórmula. É o lugar mesmo que, no caso do discurso do *consenso*, protege-a do questionamento e, nos discursos do *dissenso*, é lugar que a coloca em tensão.

A noção de interdiscurso é, portanto, central na dissertação, que visa apreender os movimentos dos efeitos de sentido na construção da fórmula *desenvolvimento sustentável* no espaço discursivo.

O espaço discursivo é por nós delimitado pela relação do discurso do gênero *anúncio publicitário*, depreendido da revista *Veja*, com o discurso do gênero *artigo de opinião*, apreendido na voz do jornal *Folha de São Paulo*. Ambos retomam o tema da sustentabilidade, porém remetem a duas formações discursivas diferentes.

O fio condutor que mantém a relação interdiscursiva entre os dois discursos, provenientes de gêneros e de suportes diferentes é dado pela unidade temática apreendida na própria fórmula *desenvolvimento sustentável*, abordada explícita ou implicitamente nos dois discursos analisados. Maingueneau (1997, p. 113) afirma:

O interdiscurso consiste em um processo de reconfiguração incessante no qual uma formação discursiva é levada [...] a incorporar elementos pré-construídos fora dela, com eles provocando sua redefinição, seu redirecionamento, suscitando, igualmente, o chamamento de seus próprios elementos para organizar sua repetição.

Procuramos investigar o discurso do *desenvolvimento sustentável* com vistas a verificar os deslocamentos de sentido que ele sofre quando relacionado à interdiscursividade. Para isso, depreendemos o modo como cada sujeito socialmente constituído reconfigura a fórmula.

Tal reconfiguração pode ser apreendida nos quadros da formação discursiva que rege o discurso, a qual foi definida a partir do interdiscurso que a constitui. Dessa maneira, obtivemos duas formações discursivas acerca do *desenvolvimento sustentável*: aquela dominante e a aquela dominada. Ambas entraram em contato no espaço discursivo por nós delimitado.

À formação discursiva dominante corresponde àquela que mais circula na sociedade pelos meios de comunicação em massa, que é regida pelos valores do *consenso*. Por outro lado, à formação discursiva dominada, assim designada por circular menos nos meios de comunicação de massa, correspondem os valores do *dissenso*, que procuram ser apagados.

Sendo assim, dando continuidade às reflexões empreendidas e aplicadas nos Capítulos I e II, é possível pensar na noção de configuração interdiscursiva, ou seja, aquela que acolhe o primado do interdiscurso como parte do discurso. Desse modo, a configuração discursiva, como estrutura sintagmático-discursiva do lexema, pode ser expandida para a compreensão da relação entre dois discursos ou mais, originando a configuração interdiscursiva.

Como depreendemos do quadro 3 – Proposta de configuração discursiva – o modo de construção enunciativa da configuração discursiva é pautado num núcleo temático e em variações temáticas e figurativas. Agora, podemos depreender a relação interdiscursiva da configuração radicada em um núcleo temático e nas variações contextuais relacionadas às variações temáticas e às variações figurativas, que remetem às formações discursivas correspondentes.

A formação discursiva, como visão de mundo, é apreendida na materialidade discursiva por meio do exame feito da construção do enunciado, em seus investimentos temáticos e figurativos. Isso corrobora o efeito de sentido esperado. Um mesmo tema, como o da morte pode ser desdobrado no tema da perda ou no tema da liberdade, compreendendo para cada um as figuras correspondentes relacionadas à formação discursiva própria.

O tema dado no núcleo temático da configuração interdiscursiva é o *desenvolvimento sustentável*, fórmula que procuramos descrever semioticamente. As variações contextuais subdivididas em temáticas e figurativas corresponderão a duas maneiras de apreensão do tema. Como segue no esquema:

Quadro 11 – Configuração interdiscursiva

A configuração interdiscursiva traz à luz as dessemelhanças subjacentes a duas formas de construção discursiva acerca de um mesmo núcleo temático, que, ao se enunciarem, apagam-se mutuamente. Consideramos, portanto, para fins de análise, dois discursos em torno do *desenvolvimento sustentável*. Foram discursos apreendidos nas diferenças apresentadas, que correspondem à regência orientada por dois valores axiológicos: *dissenso* vs. *consenso*. Isso acontece, à medida que cada discurso constrói sua cenografia como modo de variação contextual a respeito da fórmula.

Visto que cada discurso erige seu modo de enunciação depreensível dos traços recorrentes de um conjunto de discursos, segundo Discini (2003), buscamos tal característica em ambos os suportes considerados, revista *Veja* e jornal *Folha de São Paulo*. Investigamos algumas questões acerca da práxis enunciativa de cada um, delimitando a comunidade discursiva para a qual são direcionados e a formação discursiva a que se filiam.

A noção de comunidade discursiva, inserida nos limiares do interdiscurso, refere-se ao estatuto da língua, do texto e do discurso à medida que ela expressa certa relação com o mundo, estabelecendo uma enunciação única, que é reiterada no reconhecimento “[...] por uma comunidade discursiva que lhes atribui sentidos mais estabilizados” (SALGADO, 2008, n/p).

Uma comunidade discursiva engloba aquele que produz certo discurso, mas também os que o fazem circular, reproduzindo e validando sua enunciação. A comunidade discursiva é “[...] um grupo ou a organização de grupos no interior dos quais são produzidos, gerados os textos que dependem da formação discursiva” (MAINGUENEAU, 1997, p. 56).

Partindo do princípio de que as explorações semânticas das mesmas unidades lexicais, consoante Maingueneau (2005), remetem a discursivizações diferentes, procuramos verificar de que modo é construído o discurso acerca do *desenvolvimento sustentável*, integrando enunciação e enunciado a partir da configuração interdiscursiva.

Considerando o núcleo temático a própria fórmula, focamos o tratamento semântico dado a ela à medida que aí se reflete determinada visão de mundo, apreendida nas variações temáticas e figurativas presentes em um discurso e ausentes no outro, compreendendo que é “[...] no nível superficial, isto é, na concretização dos elementos semânticos da estrutura profunda, que se revelam com plenitude, as determinações ideológicas” (FIORIN, 2004, p. 21).

O tema foi visto como núcleo da configuração discursiva e interdiscursiva. De acordo com Maingueneau (2005), à noção de tema correspondem duas especificidades: o tema imposto e o tema específico. O tema imposto a certa comunidade discursiva, equivale, naquilo que trabalhamos, ao núcleo temático da configuração discursiva. Isso funda a própria fórmula *desenvolvimento sustentável*. O tema específico, por sua vez, se refere às variações temáticas como forma de organização da argumentação no interior de dado discurso. Isso remete ao modo como este é semantizado, ao modo como é significado no interior de sua formação discursiva.

O tema que remete à fórmula *desenvolvimento sustentável* é posto em circulação num ritmo próprio, colocando-se como uma passagem obrigatória dos discursos contemporâneos. O tema perpassa os discursos científico, religioso, jurídico, escolar, jornalístico e atinge um grau elevado de diferentes semantizações.

Cada discurso instaura um conjunto de semas relacionados, apreendidos por intermédio da noção de configuração discursiva. Dentre os quais estão os aceitos e os rejeitados. Tal rejeição compreende o que Maingueneau (2005) descreve como processo de interincompreensão, que instala a relação polêmica.

O discurso do *desenvolvimento sustentável* é apreendido, portanto de maneiras diferentes nos anúncios publicitários e no artigo de opinião. São como duas formações discursivas divergentes que lêem tal discurso, segundo suas categorias próprias, que pendem mais ao *consenso* e menos ao *dissenso* ou vice-versa.

A fórmula, como ponto nodal do discurso, na qual tais embates são estabelecidos, demonstra a incompatibilidade que rege a semântica global dos discursos que estabelecem uma relação polêmica. Ela é compreendida como uma interação do discurso com seu *outro*, bem como do discurso consigo mesmo. Isso se dá, à medida que se constrói a polêmica ambiental para o enunciador se colocar em divergência ou convergência em relação ao *outro*, seu constitutivo.

A configuração interdiscursiva do *desenvolvimento sustentável*, como tema imposto, remete aos temas específicos apreendidos do *corpus* analisado. Esses temas correspondem às figuras que os concretizam. Tais semantizações específicas referem-se à axiologização no nível fundamental dada pelos valores de *consenso* vs. *dissenso*, que regem a formação discursiva.

Para o discurso dos anúncios, o discurso A, temos, conforme as análises, os temas específicos: *Ações*, *Mercado*, *Natureza* e *Sociedade*. No que tange ao discurso do artigo, o discurso B, os temas específicos são o da *Redenção* e o da *Ameaça ambiental*.

Pela incongruência depreendida dos semas, verifica-se a incompatibilidade semântica e discursiva desses discursos que correspondem a duas formações discursivas diferentes.

Configuração interdiscursiva do <i>desenvolvimento sustentável</i>			
Núcleo temático	Variações contextuais		
Tema Imposto	Temas específicos		
<i>desenvolvimento sustentável</i>		Discurso A ³⁵	Discurso B
	Variações temáticas	Ações Mercado Natureza Sociedade	Redenção Ameaça ambiental
	Variações figurativas	Reciclagem Investimento financeiro Proteção Nação	Deus Emissão de gás carbônico e aquecimento global

Quadro 12 – Configuração interdiscursiva preenchida

Este capítulo está assentado na observação da proficuidade em trazer à luz uma “visão de mundo” (FIORIN, 2004) sobre o *desenvolvimento sustentável* que polemizasse com aquela dos anúncios publicitários analisados no capítulo anterior.

Pela interdiscursividade instaurada sob o ponto de vista da diferença, o objeto recebe novos contornos, que também o fazem significar. Isso evidencia, entre outras questões, a pertinência de se compreender como o mesmo, na materialidade linguística, pode dizer diferentemente.

A relação dialógica do discurso é instaurada na proposta de relacionar dois discursos que, ao tratarem da mesma temática a investem de significação diversa, advinda de lugares discursivos diferentes.

O tema dado na fórmula *desenvolvimento sustentável* é, muitas vezes, despolitizado, segundo Krieg-Planque (2012), à medida que se constrói sob as bases do

³⁵ Exemplos extraídos do Quadro 6 – Configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável* no gênero anúncio publicitário.

já-dito, do pré-construído relacionado ao *consenso*, à massificação da opinião pública. Torna-se, portanto, necessário, para alguns atores sociais, repolitizar o tema que abrange a relação do homem com o meio.

A fórmula *desenvolvimento sustentável* coloca em debate o movimento humano de desenvolvimento econômico relacionado à preservação do meio ambiente. Tal movimento é ambíguo e paradoxal em sua fundação, dado que a compreensão da noção de desenvolvimento econômico, ligada ao capital, não estava discursivamente comprometida com a consciência ambiental.

O paradoxo instaurado na fórmula *desenvolvimento sustentável* vem à luz, ao passo que emergem discursos que “[...] militam explicitamente contra o desenvolvimento sustentável, como cristalização de uma doutrina que rejeitam, ou como conjunto de práticas vistas como inadequadas” (KRIEG-PLANQUE, 2012, p. 15). Em outras palavras, discursos que procuram se colocar contra o *consenso* instaurado.

Desenvolvimento sustentável: o que é? Sendo uma expressão caracterizada pela polêmica que instala em si o dialogismo, advindo das vozes da economia conjugadas às vozes da ecologia, sua definição fica assentada na fluidez, apreendida na interdiscursividade que a funda e que permeia seu funcionamento.

Expressão política que despolitiza o debate: daí o paradoxo novamente. O conceito surge como reação aos efeitos do modelo econômico vigente, que, ao se pautar no capital como fim último, não engendra em seu processo as consequências que pode desencadear. Sendo assim, a necessidade de inserir o meio ambiente no processo de desenvolvimento faz surgir tal fórmula contemporânea.

Quando se constrói um discurso, produz-se a realidade que se quer designar. Ao criar a fórmula *desenvolvimento sustentável*, o homem estabelece discursivamente o simulacro de preocupação ambiental. Gera, para si e para os outros, a imagem de um desenvolvimento pautado nos limites da natureza.

O interdiscurso, compreendido como um “[...] conjunto de discursos do mesmo campo que mantêm relações de delimitação recíproca uns com os outros” (MAINGUENEAU; CHARAUDEAU, 2008, p. 286), determina a rede de relações discursivas estabelecidas, as quais gerenciam, em parte, os sentidos construídos.

O gerenciamento do *consenso* pressuposto à fórmula *desenvolvimento sustentável* passa pelo gerenciamento que certa formação discursiva faz dos discursos com os quais *pode* e *deve* estar em contato, delimitando, ao mesmo tempo, sua rede interdiscursiva.

Os limites de certa formação discursiva não são estáveis, visto que elas são permeáveis e dialógicas entre si. Porém, não nos parece equivocado afirmar que uma formação discursiva encontra seus limites quando entra em relação polêmica com outra. Nesse momento, ambas delimitam-se reciprocamente.

Partindo da análise de um sintagma, compreendido como fórmula e como núcleo da configuração discursiva e interdiscursiva, procuramos analisar os mecanismos internos e externos engendrados no processo de construção da significação.

A premissa sobre a qual trabalhamos é a de que uma fórmula, que carrega em si a característica polêmica, remete a duas configurações discursivas conflitantes, portanto a duas formas de semantizar o mesmo tema.

À relação polêmica é necessário o fenômeno mais geral do contato entre duas formações discursivas que se polemizam na semântica e que, quando entram em contato, colocam-se no campo do interdiscurso como lugar do conflito e das interpretações contraditórias de uma mesma unidade linguística.

Tais dessemelhanças remetem ao caráter interdiscursivo, à medida que mantêm relação com o núcleo temático da configuração, agora interdiscursiva: a fórmula *desenvolvimento sustentável*. Esta apresenta explorações semânticas diversas e divergentes por trazer à luz diferentes discursos advindos, pois, de formações discursivas distintas.

A passagem de uma formação discursiva à outra remete às novas redes semânticas estabelecidas e ao interdiscurso como modo de validação do sentido, já que um discurso é validado pela relação que estabelece com seu *outro*.

Tal passagem refletirá também na constituição de duas comunidades discursivas diferentes, uma vez que “[...] a passagem de um discurso a outro vai além de uma simples mudança de conteúdo; supõe uma estruturação diferente do universo do legível” (MAINGUENEAU, 2005, p. 136).

A fórmula apreende o embate dos sentidos, processo no qual os sujeitos são engendrados no momento em que têm que se posicionar em relação a ela, de um ou de outro modo. Ela é um tema imposto à sociedade, que cobra uma posição daqueles que nela estão inseridos política e historicamente.

A construção discursiva da fórmula remete ao modo como a sociedade a interpreta e à maneira como lida com a questão ambiental. Reiterar os temas e figuras apreendidos na interdiscursividade é

[...] observar nos discursos [...] como se enfeixam numa configuração interdiscursiva tais figuras isotópicas, de maneira que se verifique como elas são assumidas por tematizações diferentes, como elas se inscrevem em contextos variados de uma totalidade, o analista terá recursos para reconstruir uma ilusão referencial dada pelo enunciado, ela própria uma revivificação do ‘mundo natural’ (DISCINI, 2009, p. 72).

Ao relacionarmos dois discursos no espaço discursivo, estamos lidando com duas cenografias, que marcam a passagem de uma configuração discursiva a outra, dada pelas variações contextuais. É, portanto, na cenografia, que ocorre a semiotização da fórmula, isto é, na passagem de uma configuração discursiva a outra. Isso instaura a polemicidade característica desse movimento, dado pelo quadro cênico, em que se instauram os sentidos mais internos da materialidade discursiva.

O trabalho desenvolvido por Krieg-Planque (2012), embora muito pertinente para as nossas reflexões acerca da fórmula *desenvolvimento sustentável*, não discutiu o papel crucial das cenografias na atualização das fórmulas. Neste capítulo nosso intento foi justamente mostrar que as cenografias são o espaço de funcionamento das fórmulas. São as cenografias que as tornam circuláveis, destacáveis e transformáveis, fazendo-as funcionar na interdiscursividade constituinte.

CONCLUSÃO

A pesquisa que se apresentou teve como foco a compreensão da noção de fórmula (KRIEG-PLANQUE, 2010), advinda da Análise do discurso francesa, pelo viés da teoria Semiótica greimasiana. Para tal empreitada, procuramos pensar a fórmula, enquanto noção discursiva e interdiscursiva, na medida em que ela se apresenta pelos diversos contornos que a investem de significação.

No capítulo de abertura, foi realizada uma descrição dos métodos e dos pressupostos teóricos da pesquisa e as noções mobilizadas foram expostas, principalmente a noção de fórmula e a de configuração discursiva, provenientes respectivamente da Análise do discurso e da Semiótica.

A noção de fórmula foi explorada segundo as características que a compõem, quais sejam, caráter linguístico, dimensão discursiva, referente social e o aspecto polêmico (KRIEG-PLANQUE, 2012), à medida que consolidam um sintagma como sintetizador de questões políticas em dado momento sócio-histórico.

A partir das propriedades que definem um sintagma como *fórmula*, foi possível vislumbrar o terreno teórico no qual as posteriores reflexões foram realizadas, dado que a noção de fórmula é ponto central de partida.

A fórmula é compreendida, em linhas gerais, como um sintagma que, a partir da cristalização linguística no significante, remonta à diversidade de significados concebidos segundo as influências sócio-históricas de dado momento. A fórmula é a aparência de estabilidade sob a qual subjazem os movimentos discursivos que estabelecem a instabilidade.

Partindo de tal premissa, o objeto delimitado pela fórmula *desenvolvimento sustentável* pôde ser compreendido, nas diversas significações que o investem, por intermédio da noção semiótica de configuração discursiva.

Sobre a noção de configuração discursiva, foi empreendida uma reflexão com base na estruturação do conceito de lexema por Greimas na *Sémantique Structurale* (1966). Porém, a análise lexemática permanece no nível da frase, enquanto a configuração discursiva abarca o texto como objeto.

No nível lexemático foi verificada a relação do núcleo sêmico e dos semas contextuais. Já na configuração discursiva, segundo nossas considerações, foi proposta uma estrutura pautada num núcleo temático e nas variações temáticas e figurativas. Todas as conclusões, com base no pensamento de Courtés (1979-1980) acerca da noção de motivo, pensada como configuração própria dos contos.

O *corpus* foi analisado depreendendo a configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável* nos gêneros considerados, quais sejam, anúncio publicitário e artigo de opinião, publicados respectivamente na revista *Veja* e no jornal *Folha de São Paulo*.

Desse modo, apreendeu-se a configuração interdiscursiva do *desenvolvimento sustentável*, a partir da consideração da própria fórmula como núcleo temático. Tal metodologia ofereceu a possibilidade de vislumbrar dada “visão de mundo” (FIORIN, 2004) sobre a fórmula, considerando que a semântica do nível discursivo do percurso gerativo do sentido é o lugar onde a ideologia se concretiza.

A análise revelou a maneira como os anúncios da revista interpretam tal fórmula discursiva contemporânea, fazendo remissão à sua própria formação discursiva, pautada nos valores do *consenso* e mantendo o universal semântico regido pelos valores da /identidade/, como se verificou pelas análises apresentadas, as quais contemplaram também o plano da expressão, parte da construção da significação.

Das análises do artigo de opinião “O infiel”, de Luiz Pondé, foi também depreendida a configuração discursiva do *desenvolvimento sustentável* em tal gênero, pautada nos valores do *dissenso*, portanto na /alteridade/ como universal semântico que rege os discursos desde o nível fundamental do percurso gerativo greimasiano. O polo da /alteridade/ se instala no nível discursivo, enquanto se exacerba a polêmica desvelada sob a pena de Pondé.

A noção de configuração discursiva possibilitou o vislumbre à interdiscursividade que permeia a noção de fórmula, dado que ela movimenta-se discursivamente na relação que estabelece com outros discursos, ditos em outros momentos e em outros lugares.

Passou-se, portanto, a pensar a configuração interdiscursiva da fórmula *desenvolvimento sustentável*, o que abrange a relação entre dois discursos ou mais acerca da mesma temática. Da estrutura lexemática para o discurso; e do discurso ao interdiscurso – esse foi o caminho teórico trilhado pela pesquisa.

A interdiscursividade assinalou ainda a necessidade de se pensar as respectivas comunidades discursivas que acolhem os discursos produzidos pelos veículos midiáticos analisados. Além disso, foi possível pensar a fórmula como portadora de configurações não só discursivas, mas interdiscursivas, que se instalam na instabilidade da cenografia.

A teoria de Maingueneau (2008a) acerca das cenas da enunciação - cena englobante, cena genérica e cenografia - trouxe luz à pesquisa para pensar a fórmula em sua relação com a instância da enunciação, na qual o sujeito se inscreve sócio-historicamente por meio da linguagem.

A cena englobante “corresponde ao tipo de discurso” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 115) de maneira geral, ou seja, estabelece o tratamento inicial do enunciatário com o discurso enunciado. A cena englobante determina amplamente se dado discurso é compreendido como uma propaganda política, uma pregação religiosa ou um ensinamento escolar, entre outros.

A cena genérica é pautada na noção de gênero, que compreende “[...] *tipos relativamente estáveis* de enunciados” (BAKHTIN, 2011, p. 262) como possibilidade de colocação da língua em discurso. A cena genérica estabelece o lugar pressuposto ao enunciador e enunciatário, possuindo características mais estabilizadas.

Já a cenografia, como enunciação enunciada, é o lugar de instalação da intencionalidade discursiva, que no discurso cria a “cena de fala da qual o texto pretende originar-se” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 117), como forma de validação do próprio dizer. Das análises feitas do *corpus* selecionado pudemos apreender os mecanismos utilizados para tal validação.

Verificou-se que não é na cena englobante nem na cena genérica, como determinação de um contexto específico de comunicação num espaço estável, que a fórmula discursivamente funciona. A noção de Krieg-Planque (2010) é permeada pela polêmica que a caracteriza, e por isso, instala-se na cenografia, lugar próprio da instabilidade.

Nos anúncios publicitários analisamos a construção do simulacro do enunciador como detentor de todas as modalidades necessárias para a performance, quais sejam, o *querer*, o *poder*, o *dever* e o *saber*, que guiam a atitude socioambientalmente correta das empresas.

A imagem da empresa é construída para que ela seja compreendida como detentora de todas modalidades necessárias para promover o *desenvolvimento sustentável*, enquanto ao enunciatário cabe o papel de apreender tais modalidades que estão sendo construídas, aderindo ao produto implicitamente referencializado.

A construção da relação enunciativa, pautada em tais simulacros, organiza discursivamente os mecanismos de validação da enunciação, como forma de demonstração do caráter veridictório, principalmente pelas modalidades do *poder* e do

saber que pautam a performance, compreendida como articulação dos fatores necessários para a promoção do *desenvolvimento sustentável*, seja pelo reflorestamento ou pela conscientização ambiental, por exemplo.

Já no artigo de opinião, verificou-se a construção da cenografia erigida sob os princípios de uma confissão, onde o penitente (narrador explícito, portanto Luiz Pondé) é aquele que *quer e deve* confessar-se ao julgador.

O sancionador julgador é, segundo o esquema narrativo canônico, o manipulador. Então, não fica claro a quem Pondé se “entrega” na confissão: a um *outro*, que o manipulara para fins diversos daquele realizados por uma performance “pecaminosa” e “infel”. Esse *outro* pode ser o sujeito da ideologia dominante relativo à homogeneização da fórmula.

A relação pautada no simulacro construído no artigo de opinião situa o enunciatário como aquele que *pode e sabe* refletir acerca do tema abordado, e não apenas aprendê-lo por meio daquele que seria capaz de explicá-lo, como ocorre nos anúncios. Então, até o enunciatário, jungido àquela ideologia dominante, pode constituir-se como manipulador e sancionador.

A cenografia é então o lugar da semiotização da fórmula, à medida que a construção de cenografias diferentes remete consequentemente às configurações discursivas também diversas. A configuração discursiva, como concretização semântica no nível discursivo, remete a duas visões de mundo distintas, pautadas, portanto em diferentes universais semânticos no nível fundamental.

A configuração discursiva concretiza os valores axiológicos apreendidos nas profundezas da significação, mas também é modo de construção semântica da cenografia pretendida. Dessa maneira, ela é considerada o lugar em que a fórmula concretiza temática e figurativamente dada visão de mundo ideologicamente discursivizada.

Verificamos que tanto o anúncio quanto o artigo, apesar de possuírem cenas genéricas e cenografias distintas, mantêm o diálogo pela estabilização do núcleo temático dado pela fórmula *desenvolvimento sustentável*, que está presente, direta ou indiretamente, em ambos.

Consecutivamente, foi por nós empreendida uma reflexão acerca da noção de configuração interdiscursiva, compreendida pelo núcleo temático e pela variação contextual. Ao núcleo temático relaciona-se a fórmula, e às variações contextuais os diferentes investimentos temáticos e figurativos de cada discurso atrelado ao núcleo.

O objetivo principal foi trazer à luz a interdiscursividade constituinte de todo discurso pela noção de configuração interdiscursiva, bem como abordar a delimitação do espaço discursivo, que se refere a duas comunidades discursivas diversas, nas quais a fórmula *desenvolvimento sustentável* é colocada em foco.

Durante a pesquisa, verificou-se que a fórmula é estruturalmente estável por manter a temática central: a necessidade de maior preocupação com o meio ambiente, o que desencadeia o imperativo sobre uma nova forma de desenvolvimento econômico pautado em questões ambientais. Contudo, tal temática pode ser alcançada também pelas variantes que compõem a fórmula.

Krieg-Planque (2012) afirma que a “fórmula “desenvolvimento sustentável” é o sintagma “desenvolvimento sustentável” nele mesmo, mas também é o conjunto das suas variantes, derivadas, compostas e *descristalizadas como tal em contexto*”. Dessa maneira, o projeto de continuação desta pesquisa é abranger as variantes que compõem a fórmula.

Nos anúncios publicitários considerados registra-se o uso dos sintagmas “preservação ambiental”, “práticas socioambientalmente corretas”, “uso sustentável do meio ambiente”, “respeito ao meio ambiente”, os quais remetem ao núcleo por nós considerado na estrutura significante da fórmula *desenvolvimento sustentável*.

No artigo de opinião, também se encontram variantes da fórmula. Pondé faz uso da adjetivação *verde*, como em “apocalipse verde”, “fanáticos verdes, bem como a substantivação apreendida em “verdismo” ou em “sustentabilidade”, além da prefixação *-eco*, como forma de remissão aos valores ecológicos, como em “ecocéticos”.

As variantes brevemente descritas remetem aos deslocamentos que a fórmula *desenvolvimento sustentável* vem atualmente sofrendo, as quais fazem parte de seu funcionamento discursivo, dado que tal produtividade lexicológica atesta o sucesso da fórmula e participa em sua circulação, segundo Krieg-Planque (2012).

Os desenvolvimentos posteriores da pesquisa têm como ponto de apoio pensar as variantes como partes do centro mais estabilizado, que é a própria fórmula cristalizada. Porém, intentamos problematizar teoricamente a noção de fórmula, de maneira geral, nos quadros teóricos e metodológicos da Semiótica francesa, abrangendo os desdobramentos dessa teoria.

A elasticidade do discurso, que remete à maneira como “[...] unidades discursivas de dimensões diferentes podem ser reconhecidas semanticamente como equivalentes” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 157), pode ser ponto de apoio para a

reflexão acerca das variantes de uma fórmula segundo os movimentos de expansão e de condensação semiótica.

A expansão, conforme Greimas e Courtés (2008, p. 196) homologa-se sintaticamente à paráfrase como produção de unidades reiteradas discursivamente. Semanticamente, a expansão de um semema “[...] consiste na sua decomposição em semas e na determinação de relações recíprocas” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 118).

No desenvolvimento da teoria, investiremos nessas noções, com vistas a aprofundá-las e conectá-las com a gramática tensiva (ZILBERBERG, 2011), para quem sabe investigar outras questões como o estilo da fórmula e do enunciador que a incorpora.

Por outro lado, a condensação remonta ao “[...] reconhecimento de uma equivalência semântica entre unidades discursivas de dimensões diferentes” (GREIMAS, COURTÉS, 2008, p. 86), o que reforça a elasticidade do discurso como fato característico da noção de fórmula, que funciona pela diversidade de variantes que a compõem.

A pesquisadora Alice Krieg-Planque (2012) considera as variações principalmente como construções linguísticas específicas, tais como as manifestações apreendidas pela comutação nominal (“alimentação sustentável”, “bairros sustentáveis”), comutação adjetiva (“desenvolvimento sustentável e solidário”) ou inserção (“desenvolvimento urbano e sustentável”).

A análise das variantes pode, porém, considerar a semiose apreendida entre a forma do plano da expressão e a forma do plano do conteúdo, ou seja, entre significante e significado na terminologia saussuriana, verificando tanto os lexemas como processos semióticos, derivados da elasticidade do discurso, por exemplo, quanto no nível lexemático-discursivo no qual tais variantes funcionam.

Considerando a fórmula e as variantes que a compõem segundo os movimentos de expansão e condensação semiótica, considera-se também a estrutura elementar do discurso como “[...] deformável, ‘elástica’, e, em lugar de uma semiótica monótona da oposição, preconizamos uma semiótica baseada na variabilidade e na orientação dos intervalos” (ZILBERBERG, 2011, p. 200).

Desse modo, a fórmula *desenvolvimento sustentável*, bem como outras possíveis, se sustentam nas profundidades tensivas (intensidade e extensidade) a partir da

superficialidade da textualização e de recursos de discursivização, os quais convocam a narratividade e se realizam no plano do discursivo enunciativa e enuncivamente.

Pensar a fórmula segundo a elasticidade do discurso que a caracteriza remete também a um sujeito posto na cenografia em relação com a dimensão sensível. A condensação e a expansão vinculadas às cenografias instalam o sujeito do embate social, paralelamente na correlação entre sensível e o inteligível.

Uma fórmula pressupõe o recobrimento de um universo semântico vasto, e as variantes que a ela remontam podem, a nosso ver, serem concebidas segundo a movimentação elástica do discurso que, pelas retomadas, transformações e reformulações de enunciados, constrói os mecanismos discursivos do processo de comunicação, compreendido tal como Krieg-Planque (2009).

Seguindo uma possibilidade de reflexão acerca das variantes da fórmula, a exposição anterior intenta demonstrar “janelas abertas”, sob as quais a luz do pensamento científico pode enveredar nesse âmbito de problematização de uma fórmula discursiva.

Focamos a fórmula *desenvolvimento sustentável* principalmente segundo a configuração interdiscursiva específica apreendida na cenografia. A intenção, nos desdobramentos da pesquisa, é considerar as variantes da fórmula no processo de construção semiótica, bem como aprofundar a problematização teórica a noção de fórmula pelo viés da Semiótica, segundo os movimentos de expansão e condensação, os quais remetem à tensividade subjacente.

LISTA DE QUADROS E DE FIGURAS

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Semema	38
Quadro 2 – Lexema e configuração discursiva	40
Quadro 3 – Proposta de configuração discursiva	48
Quadro 4 – Programa narrativo nuclear do gênero <i>anúncio publicitário</i>	49
Quadro 5 – Configuração discursiva do <i>desenvolvimento sustentável</i> no anúncio publicitário.....	57
Quadro 6 – Relações temporais.....	64
Quadro 7 – Constituição cromática dos anúncios	69
Quadro 8 – Relação expressão-conteúdo	77
Quadro 9 – Configuração discursiva do <i>desenvolvimento sustentável</i> no artigo de opinião	94
Quadro 10 – Cena enunciativa	102
Quadro 11 – Configuração interdiscursiva.....	104
Quadro 12 – Configuração interdiscursiva preenchida	107

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Logotipo do governo brasileiro no anúncio <i>Furnas</i>	59
Figura 2 – Conselho Empresarial	69
Figura 3 – Furnas.....	69
Figura 4 – BrasilConnects	69
Figura 5 – Banco Real	70
Figura 6 – Vale	70
Figura 7 – Conselho (ampliação)	70
Figura 8 – BrasilConnects (ampliação)	70
Figura 9 – Categoria cromática	75
Figura 10 – Categoria eidética.....	75
Figura 11 – Categoria topológica	76

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES, I. M. **Neologismo**: criação lexical. São Paulo: Editora Ática, 1994.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- BANCO REAL. **Veja**, São Paulo, 22 jun. 2005. Edição 1910. Anúncio publicitário, p. 12-13.
- BARBOSA, G.; RABAÇA, C. A. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.
- BARROS, D. L. P. **Teoria do Discurso**: Fundamentos Semióticos. São Paulo: Atual, 1988.
- _____. Publicidade e Figurativização. In: **Revista Alfa**. São Paulo, n. 47 v. 2, p. 11-31, 2004.
- _____. Semiótica e Retórica: Um diálogo produtivo. In: LARA, G. M. P. et al. **Análises do Discurso hoje**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira/Lucerna, 2008
- _____. **Teoria Semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 2008b.
- _____. Uma reflexão semiótica sobre a ‘exterioridade discursiva. In: **Revista Alfa**. São Paulo, n. 53 v.2: p. 351-364, 2009.
- BECKER, B. A Amazônia pós Eco-92: por um desenvolvimento regional responsável. In: BURSZTYN, M (org.). **Para pensar o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- BENVENISTE, E. **Problemas de Linguística Geral I**. Campinas: Pontes, 1995.
- BERTRAND, D. **Caminhos da Semiótica literária**. Bauru: EDUSC, 2003.
- BRASILCONNECTS. **Veja**, São Paulo, 12 mai. 2004. Edição 1853. Anúncio publicitário, p. 88-89.

BRUNDTLAND, G. Há abuso no uso de 'sustentabilidade', diz criadora do termo. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 22 mar. 2012. Ambiente, p. C17. Entrevista a Cláudio Angelo.

BUARQUE, C. O pensamento em um mundo Terceiro Mundo (p. 57-80). In: BURSZTYN. M. (Org.). **Para pensar o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

BURSZTYN. M. (Org.). **Para pensar o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

CIVITA, R. **Anúncio da Revista Veja no site da Editora Abril**. Disponível em: <[http://publicidade.abril.com.br/marcas/ veja/revista/informacoes-gerais](http://publicidade.abril.com.br/marcas/veja/revista/informacoes-gerais)>. Acesso em: 10 set. 2011.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. ***Our Common Future* (Nosso Futuro Comum)**. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/12906958/Relatorio-Brundtland-Nosso-Futuro-ComumEm-Portugues>>. Acesso em 12 de junho de 2012.

COMITÊ NACIONAL DE ORGANIZAÇÃO RIO+20. **Sobre a Rio mais 20**. Disponível em: <http://www.rio20.gov.br/sobre_a_rio_mais_20>. Acesso em 10 de junho de 2012.

CONSELHO EMPRESARIAL. **Veja**. São Paulo, 23 dez. 1998. Edição 1578. Anúncio publicitário, p. 98-99.

COURTÉS, J. ***La “lettre” dans le conte populaire merveilleux français***. Documents. Paris: Groupe de Recherches sémio-linguistique, 1979-1980.

COURTINE, J. *Quelque problème théorique et méthodologiques en analyse du discours, à propos du discours communiste adresse aux chrétiens* In: ***Langages Paris Larousse***, n. 62, p. 9-128, junho de 1981.

DISCINI, N. **Jornal: um modo de presença**. In: Revista Galáxia n.5 abril de 2003 (p. 109-127). São Paulo: Editora da PUC-SP. 2003.

_____. **Intertextualidade e conto maravilhoso**. São Paulo: Humanitas, 2004.

_____. **A Comunicação nos textos**. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. **O estilo nos textos**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

FIORIN, J. L. **As configurações discursivas**. In: Estudos Linguísticos. XIX Anais do Seminário do GEL. Bauru, 1990

_____. **Linguagem e Ideologia**. São Paulo: Ática, 2004.

_____. **As astúcias da Enunciação**: As categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Editora Ática, 2004a.

_____. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2008

_____. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2009.

FLOCH, J. Semiótica plástica e linguagem publicitária: análise de um anúncio da campanha de lançamento do cigarro “News”. In: OLIVEIRA, A. C.; TEIXEIRA, L. (org.). **Linguagens na Comunicação**: desenvolvimentos da Semiótica sincrética. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Linha editorial**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/institucional/circulacao.shtml>>. Acesso em: 23 ago. 2012.

_____. **Conheça a Folha de São Paulo**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_a_folha.shtml>. Acesso em: 23 ago. 2012a.

_____. **Circulação.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/institucional/circulacao.shtml>>. Acesso em: 23 ago. 2012b.

FURNAS. **Veja**, São Paulo, 2 jul. 2003. Edição 1809. Anúncio publicitário, p. 49.

GREIMAS, A. J. (1966). **Semântica Estrutural**. São Paulo: Cultrix, 1973.

_____. *Sémantique Structurale*. São Paulo: Cultrix, Editora da Universidade de São Paulo, 1966.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Contexto, 2008.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. *Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage II*. Paris: Hachette, 1986.

HJELMSLEV, L. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

HERNANDES, N. **A revista Veja e o discurso do emprego na globalização: uma análise semiótica**. 2001, 160p. Dissertação (Mestrado em Semiótica e Linguística Geral) FFLCH-USP, São Paulo, 2001.

_____. Análise de publicidade da Revista Veja. In: **Cadernos de Semiótica aplicada**, Araraquara, v. 1, n° 2, 2003.

HERNANDES, N. **A revista Veja e o discurso do emprego na globalização: uma análise semiótica**. 2001, 160p. Dissertação (Mestrado em Semiótica e Linguística Geral) FFLCH-USP, São Paulo, 2001.

_____. Análise de publicidade da Revista Veja. **Cadernos de Semiótica aplicada**, Araraquara, v. 1, n° 2, 2003.

KRIEG-PLANQUE, A. **Por uma análise discursiva da comunicação: a comunicação como antecipação de práticas de retomada e de transformação dos enunciados**.

Tradução: Luciana Salazar Salgado e revisão José de Souza Muniz Jr. In: *Linguasagem* – Revista Eletrônica de Divulgação Científica. São Carlos: Disponível em: www.lettras.ufscar.br/linguasagem/edicao16/art_001.pdf. 2009. Acesso em 11/10/2012.

_____. **A noção de fórmula em Análise do Discurso**: Quadro teórico e metodológico. Tradução: Luciana Salazar Salgado e Sírío Possenti. São Paulo: Parábola, 2010.

_____. A fórmula “desenvolvimento sustentável” um operador de neutralização de conflitos. Tradução: Roberto Baronas, Julia Lourenço e Virginia Rubio. In: **Linguasagem** – Revista Eletrônica de Divulgação Científica, São Carlos, v.1, n. 19, 2012. Disponível em: <www.lettras.ufscar.br/linguasagem/edicao19/artigos/artigo_001.pdf. 2012.> Acesso em 11 Out. 2012.

LOPES, I. C.; HERNANDES, N. (Org.). **Semiótica: Objetos e Práticas**. São Paulo: Contexto, 2009.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em Análise do Discurso**. Campinas: Pontes, 1997.

_____. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Criar edições. 2005

_____. **Discurso literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. **Análise de textos da comunicação**. São Paulo: Cortez, 2008.

_____. **Cenas da Enunciação**. São Paulo: Parábola, 2008a.

_____. A propósito do Ethos. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. S. **Ethos Discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008b.

_____. **Doze Conceitos em Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola, 2010.

MAINGUENEAU, D.; CHARAUDEAU, P. **Dicionário de Análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.

PASSOS, D. M. S. P. **Linguagem, Política e Ecologia: Uma Análise do Discurso de Partidos Verdes**. Campinas: Pontes, 2006.

PÊCHEUX, M. **Discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Pontes, 1990.

PIETROFORTE, A. V. S. **Tópicos de Semiótica: Modelos teóricos e Aplicações**. São Paulo: Annablume, 2008.

PONDÉ, L. F. Religião Sustentável. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 26 set. 2011. Ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2609201118.htm>>. Acesso em: 17 ago. 2012.

_____. O infiel. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 16 jul. 2012. Ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/54710-o-infiel.shtml>>. Acesso em: 13 ago. 2012.

RODRIGUEZ, J. M. M.; SILVA, E. V. **Educação Ambiental e Desenvolvimento Sustentável**. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

SALGADO, L. Como se diz o que se diz. In: III Simpósio internacional sobre análise do discurso. 2008, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, 2008, não paginado. Disponível em: <<http://www.letras.ufmg.br/nad/anaisIIISimposioAD/pdfs/SALGADO-Luciana.pdf>>. Acesso em 29 out. 2012.

SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

TEIXEIRA, L. Para uma metodologia de análise de textos verbovisuais. In: OLIVEIRA, A. C.; TEIXEIRA, L. (org.). **Linguagens na Comunicação: desenvolvimentos da Semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

VALE. **Veja**, São Paulo, 18 jun. 2008. Anúncio publicitário Edição 2065. p. 4-5.

ZILBERBERG, C. **Elementos de Semiótica tensiva**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011.

ANEXOS

O Brasil tem uma só bandeira, um hino nacional e uma marca oficial dos 500 anos.

Esta marca é de todos os brasileiros. Foi escolhida em um concurso público, do qual participaram milhares de pessoas de todo o País. E agora vai marcar oficialmente todas as comemorações dos 500 anos do Brasil. Ela está sendo administrada pelo Conselho Empresarial Brasil 500 Anos. Um Conselho nomeado pelo Presidente da República para coordenar um movimento da sociedade civil que tem como objetivo mobilizar a nação brasileira para tornar o nosso Brasil um país mais forte, mais justo, mais democrático, mais competitivo, mais moderno, baseado num modelo de desenvolvimento sustentável. Nós, do Conselho Empresarial Brasil 500, acreditamos que o Brasil tem todas as condições naturais para ocupar seu lugar de destaque no mundo moderno. E que estamos num estágio de desenvolvimento muito próximo de fazer isto acontecer. Se você também é empresário e também acredita no Brasil, use esta marca. Ligue para 0800 100 500 e assuma seu compromisso com o futuro do Brasil.

500

Brasil 500 anos. O futuro começa aqui.

CONSELHO EMPRESARIAL BRASIL 500

A large Brazilian flag flies in the upper left corner against a blue sky with light clouds. Below the flag, a long line of Brazilian Army soldiers in camouflage uniforms and berets stands in profile, saluting with their right hands. The soldiers are arranged in a perspective that recedes into the distance. The entire scene is framed within a white border that resembles a torn piece of paper.

**O EXÉRCITO EXISTE PARA PROTEGER O NOSSO PAÍS.
INCLUSIVE O MEIO AMBIENTE DO NOSSO PAÍS.**

Os recursos destinados a este projeto são dedutíveis do IR.
Ligue e saiba como a sua empresa pode participar.

Ligue para a BrasilConnects:
Adolfo Melito 11 3706 6009
Carlos Aragon 11 3706 6005

Educação Ambiental para o Desenvolvimento Sustentável.

BrasilConnects e Fundação Cultural Exército Brasileiro juntas pela natureza.

A **BrasilConnects**, em parceria com a **Fundação Cultural Exército Brasileiro** e a participação do Exército Brasileiro, do Ministério da Defesa e do Ministério do Meio Ambiente, está implementando um projeto direcionado aos jovens que participam do serviço militar. O objetivo é promover, em larga escala, a consciência ambiental e a responsabilidade individual pela conservação dos recursos naturais. Tudo isso através da realização de uma ação educativa intensa, treinando os nossos soldados para atuarem na preservação da natureza e na busca de soluções e tecnologias apropriadas para o uso sustentável do meio ambiente.

Em 2004, 360.000 jovens receberão o treinamento em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e na região Amazônica. A partir de 2005, esta ação atingirá 1,5 milhão de jovens por ano em todo o país. A meta é chegarmos ao contingente de 15 milhões de cidadãos em 10 anos. É um esforço de dimensões sem precedentes no âmbito da conscientização ambiental, abrangendo jovens de todas as camadas sociais e regiões do país para transformá-los em agentes multiplicadores.

É assim que a **BrasilConnects** e a **Fundação Cultural Exército Brasileiro** mudam o nosso futuro: formando cidadãos que vão aprender e ensinar que defender a nossa natureza é defender a soberania do nosso país.

Edemar Cid Ferreira

Presidente do Conselho da BrasilConnects.

BrasilConnects
Cultura & Ecologia

www.brasilconnects.org

Ministério
da Defesa
Ministério do
Meio Ambiente

**Acreditar no
desenvolvimento
sustentável é investir
num futuro melhor.**

Banco Real.
O banco líder no uso
de papel reciclado em
larga escala.

www.bancoreal.com.br

A black and white photograph with a green and yellow color overlay. A young boy and a young girl are lying on a floor made of paper leaves. The boy is on the left, wearing a blue shirt and shorts, looking up. The girl is on the right, wearing a red dress, looking up. The floor is covered with green and yellow paper leaves. A pair of scissors is lying on the floor near the boy. There are several green paper scraps scattered around the scissors. The background is a plain white wall.

ART 147

O Banco Real contribui para a preservação do meio ambiente porque acredita que isso é importante para a sociedade em que atua. E esta postura vem sendo transmitida também aos seus parceiros, clientes e funcionários. O banco privilegia fornecedores com práticas socioambientais corretas. E desde 2002, o papel reciclado é usado em larga escala em sua comunicação externa e interna. Todos os dias, cartuchos, plásticos e papéis são separados para reciclagem. Faça como o Banco Real: reduza o consumo, reutilize quando não for possível reduzir e recicle sempre que puder.

Saiba mais acessando o nosso site:
www.bancoreal.com.br/responsabilidade/social/meioambiente

Fazendo mais que o possível

BANCO REAL
ABN AMRO

A close-up photograph of a young woman's face, focusing on her mouth and nose. She is smiling, showing her teeth which are fitted with metal braces. Her lips are painted a vibrant red. The background is a soft, out-of-focus yellow and white bokeh.

**É POSSÍVEL
TRANSFORMAR
MINÉRIO EM
ALEGRIA?**

A Vale é uma mineradora que trabalha com paixão para produzir os ingredientes essenciais para a nossa vida diária. Busca sempre a melhor forma

de contribuir para o desenvolvimento das pessoas, dos países e das comunidades onde atua e faz isso com respeito à diversidade cultural e ao

SIM, É POSSÍVEL.

meio ambiente, pois acredita que, sim, é possível
transformar recursos minerais em
riqueza, desenvolvimento sustentável e sorrisos.

www.vale.com

**PARA GERAR
MAIS VIDA, VAMOS
DIRETO À FONTE.**

Cuidados com a vida. Quando se faz, todo mundo sente.

FURNAS é uma empresa que busca seu crescimento dentro dos princípios do desenvolvimento sustentável. Toda riqueza que geramos provém dos insumos que retiramos da natureza. Por isso, temos políticas públicas de devolução destes valores ao meio ambiente. Já em 1976, a empresa implantava o projeto de repovoamento de peixes nos reservatórios das usinas erguidas ao longo do rio Grande, onde nasceu. Hoje, além do repovoamento, FURNAS estuda a biologia das espécies de peixes, seus hábitos alimentares e reprodutivos e monitora seu comportamento a médio e longo prazos. A empresa também promove o monitoramento da qualidade da água dos reservatórios de suas usinas hidrelétricas e investe recursos financeiros em áreas protegidas onde a empresa atua. No campo social, FURNAS desenvolve várias ações junto às comunidades no entorno de seus reservatórios, bem como nas áreas de arqueologia, saúde, comunicação e educação ambiental. Mais informações www.furnas.com.br.

FURNAS. ENERGIA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.

FURNAS CENTRAIS ELÉTRICAS SA

Ministério de Minas e Energia

BRASIL
UM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

ANEXO F – Tabela *Segments Répétés* (Lexico3)

Segments répétés

Longueur	Segment	Fréquence
2	e das	10
2	o desenvolvimento	33
3	o desenvolvimento sustentável	20
2	que a	10
2	do Brasil	13
2	para a	17
3	para o desenvolvimento	22
4	para o desenvolvimento sustentável	13
2	para o	27
2	com a	10
2	com o	10
2	é possível	14
2	desenvolvimento sustentável	40
2	das pessoas	11
2	Banco Real	22
2	possível transformar	14
2	meio ambiente	21
3	ao meio ambiente	11
2	forma de	10
2	acredita que	11
2	papel reciclado	11
2	contribuir para	10

LUIZ FELIPE PONDÉ

O infiel

Freud estava certíssimo: a maturidade é para poucos e viver uma infância retardada é mais seguro

Confesso: sou um infiel. Não no sentido de infidelidade amorosa, mas religiosa. Não creio no aquecimento global por causas antropogênicas (trocando em miúdos, não acho que nossos carros estejam aquecendo o planeta, e se o Sol fosse um Deus como uns pirados achavam que ele era, estaria rindo de nós e nossos ridículos celulares).

Freud estava certíssimo quando dizia que a maturidade é para poucos e viver uma infância retardada é um modo "seguro" de não enfrentar a vida adulta, que é sofrida, incerta, injusta e inviável.

Isso mesmo, repito para que meu pecado conste nos autos: não creio que o aquecimento global seja causado por emissão de gás carbônico, acho (inclusive tem cientista que afirma isso, os ecocéticos) que o recente aquecimento começou antes dos últimos cem anos, nos quais nosso gás carbônico cresceu, e ciclos de esquentamento e esfriamento sempre ocorreram.

Inclusive aquele aquecimento que se deu entre 50 mil e 20 mil anos atrás (muito conhecido por quem estuda religiões pré-históricas como eu), foi bem benéfico para nossos ancestrais, assim como também o foi o da Idade Média.

Não há consenso acerca das causas antropogênicas do aquecimento global, há sim consenso (todo mundo que estuda religião sabe disso) ao redor do fato que apocalipse sempre deu dinheiro. Gastava-se dinheiro com indulgências na Baixa Idade Média, por que não seria o medo do fim do mundo ainda hoje uma mina de dinheiro?

O mercado do apocalipse verde tem seus sábios-profetas-cientistas, mágicos, gurus espirituais, nutricionistas-sacerdotes de alimentação sagrada, mercado de cristais sustentáveis, enfim, tudo que há nos fanatismos humanos.

Ninguém saiu às ruas (muito menos nus) pela mecânica newtoniana, pela relatividade de Einstein, pelo empirismo de Bacon ou pelo evolucionismo darwiniano.

Aliás, que mania mais "teenager" essa de tirar a roupa toda hora. Já estão barateando os seios.

As pessoas saem às ruas porque o verdismo é uma espiritualidade fanática como qualquer outra, regada a comunismo requentado: o verdismo é uma melancia, verde por fora, vermelho por dentro. A certeza daqueles que não comem carne acerca do pecado dos que comem é mais forte do que a condenação do orgasmo feminino pelas autoridades eclesiásticas mais idiotas que caminharam pela Europa nas Idades Média e Moderna.

Acho que a ciência do aquecimento global que afirma categoricamente que somos nós que aquecemos o planeta está mais para astrologia (sem querer ofender a astrologia) do que para astrofísica. Estamos perdendo um tempo danado deixando que as tribos dos sem-roupa fique atrapalhando um cuidado mais técnico acerca do futuro do planeta.

Isso não quer dizer que não exista um problema de sustentabilidade no mundo, apenas que os fanáticos verdes nem sempre ajudam a enfrentá-lo.

A "verdade científica" em jogo é o que menos importa, mesmo porque nenhuma controvérsia científica ao redor do tema pode ser vista como algo diferente de heresia. Discordar não é ser visto como alguém que debate teorias científicas, como deve ser o convívio saudável em qualquer ciência, mas sim como recusa de adesão a uma forma de verdade superior e pura.

As bobagens do tipo "teoria gaia" ofuscam os corações e mentes, como todo fanatismo sempre o fez, e impede muitas vezes de ver que a natureza em sua beleza é muitas vezes mais Medeia do que Gaia.

Em 1755, quando o grande terremoto destruiu Lisboa, a comunidade intelectual europeia se esforçou para eliminar das causas a "vontade de Deus". Hoje, supostos cientistas reintroduzem a forma mais vagabunda de metafísica na ciência, a da "deusa natureza".

Os coitados do Kant e do Newton nunca imaginaram que um dia iríamos retroceder às trevas assim. Andamos sim em círculos.

A pergunta que não quer calar é: se está certo quem diz que quando se quer saber a verdade sobre a sociedade deve-se seguir o dinheiro, cabe a nós identificarmos quem está ganhando rios de dinheiro com esse fanatismo que já se constituiu em mais um fator a dificultar sairmos do buraco econômico em que estamos.

ponde.folha@uol.com.br