

## **Os sentidos dos nomes das revistas ambientais**

Eloisa Beling Loose<sup>1</sup>

### **RESUMO:**

Busca-se delinear alguns dos sentidos possíveis inscritos nos nomes de quatro revistas ambientais (espaços discursivos estes chamados de 'Terra da Gente', 'Sustenta!', 'Mãe Terra' e 'Aquecimento Global'), todos enquadrados na mesma região de sentidos ou Formação Discursiva. Aqui, chama-se FD Ecosocial, aquela que objetiva a sustentabilidade do planeta, unindo o homem e a natureza em prol da vida, sem hierarquizações. Os nomes de revistas são o foco de interesse deste artigo. O desejo é rastrear, a partir das Formações Imaginárias, quais são os sentidos que estão em combate permanente em cada publicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Nomes das Revistas. Formações Imaginárias. Sentidos.

### **ABSTRACT:**

Seeks to detach some of the possible meanings inscribed in four environmental newsmagazines' titles ('Terra da Gente', 'Sustenta!', 'Mãe Terra' and 'Aquecimento Global'), all framed in the same region of senses or discursive formation. Here, it is called Ecosocial Discursive Formation (DF), that one which aims at the sustainability of the planet, uniting man and nature in favor of life without hierarchies. Names of newsmagazines are the focus of interest of this article. The desire is to trace, from the imaginary formations, which are the senses that are ongoing struggle in each publication.

**KEYWORDS:** Names of Newsmagazines. Imaginary Formations. Senses.

## **1. Introdução**

O trabalho aqui apresentado busca discutir e revelar que sentidos são estes que perpassam e se movimentam nas capas das revistas ambientais. Explico que a escolha corpus em análise se dá pelo interesse da pesquisadora na no discurso jornalístico ambiental e, especialmente, porque foram estas as publicações

---

<sup>1</sup> Jornalista formada pela Universidade Federal de Santa Maria (RS). Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: eloisa.loose@gmail.com.

estudadas durante o período de mestrado. 'Terra da Gente', 'Aquecimento Global', 'Mãe Terra' e 'Sustenta!' eram revistas encontradas facilmente encontradas em bancas em 2008 (ano que ocorreu a coleta de material empírico para a pós-graduação). Hoje, embora a maioria tenha deixado de circular por razões financeiras, suas marcas discursivas ainda nos deixam muitos questionamentos.

Entender – ao menos em parte – quais os cruzamentos de sentidos que despontam em cada título é o objetivo central deste artigo. A multiplicidade de significados – às vezes até contraditórios – pretende ser rastreada e identificada a partir dos estudos da Análise do Discurso Francesa da linha de Pêcheux.

## **2. Imagens de um lugar discursivo chamado nome da revista**

Todo e qualquer discurso é produzido por um sujeito e pressupõe um destinatário que ocupa um lugar determinado na estrutura de uma formação social. Esse lugar está representado nos processos discursivos a partir de uma série de formações imaginárias (FIMs) que designam o lugar que um produtor de discurso e seu destinatário se atribuem mutuamente.

É a noção de formação imaginária que movimenta a imagem da posição-sujeito<sup>2</sup> locutor (quem sou eu para lhe falar assim?) e da posição-sujeito interlocutor (quem é ele para me falar assim ou para que eu lhe fale assim?), além da posição do objeto do discurso (do que estou lhe falando, do que ele me fala?). Soma-se à compreensão de tais posições a inclusão do aspecto que prevê a antecipação. Então, a imagem que o locutor tem do interlocutor e vice-versa, além das imagens possíveis que cada uma das pontas possui do objeto do discurso também são levadas em consideração.

As FIMs estão relacionadas a três aspectos: a relação de sentidos (um dizer tem relação com outros dizeres relacionados, imaginados ou possíveis), o mecanismo de antecipação (todo sujeito tem a capacidade de experimentar, de colocar-se no lugar em que seu interlocutor 'ouve' suas palavras) e a relação de forças (indica que o lugar do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz). No entanto, é preciso destacar que tais sentidos, antecipações e relações de força que são derivados das FIMs não nascem sozinhos e sem história. Eles fazem parte da linguagem e derivam do modo como as relações sociais se inscrevem num contexto dado e conduzido por determinadas relações de poder.

<sup>2</sup> Posição-sujeito é o "resultado da relação que se estabelece entre o sujeito do discurso e a forma-sujeito de uma dada formação discursiva. Uma posição-sujeito não é uma realidade física, mas um objeto imaginário, representando no processo discursivo os lugares ocupados pelos sujeitos na estrutura de uma formação social. Desse modo, não há um sujeito único, mas diversas posições-sujeito, as quais estão relacionadas com determinadas formações discursivas e ideológicas" (FERREIRA, 2001).

O discurso jornalístico é um discurso específico, marcado por regras e processos particulares, produzido por indivíduos que são interpelados por uma ideologia própria do pensar-fazer jornalismo e situados em uma FIm correspondente; por isso, assumem a posição do sujeito-jornalista. Mariani (1993) pontua que o discurso jornalístico é tanto uma prática social produtora de sentidos, como uma veiculadora de vozes diversas constitutivas de várias formações imaginárias. Sendo assim, o discurso do jornalismo produz efeitos de sentido que ora estabilizam efeitos de sentido anteriores, ora os deslocam, provocando efeitos outros. Pode-se entender, a partir disso, que o campo jornalístico atua na naturalização e, simultaneamente, na transformação dos efeitos de sentido e, por consequência, das formações imaginárias.

As formações imaginárias antecipam o discurso do outro. São elas que regulam a argumentação e antecipam os sentidos possíveis produzido nos interlocutores. Devido a esse movimento antecipatório, as formações imaginárias acabam interferindo no trajeto do discurso. É o trabalho discursivo dos jornalistas – responsável pelas estabilizações dos efeitos de sentido – que proporciona a constituição das FIm sobre os acontecimentos discursivos materializados nos textos.

Dessa maneira, são as formações imaginárias que situam os sujeitos no espaço discursivo. Os lugares que os sujeitos tomam enquanto enunciadore e enunciatários de um discurso são projeções que permitem o funcionamento da relação discursiva. Biazzotto (2006, p. 69) diz que “a posição-sujeito jornalista é privilegiada, pois é ela que coloca em movimento os traços das formações imaginárias dos seus leitores”. Contudo, do lado do leitor, outras posições-sujeito são possíveis e cercadas por diferentes formações imaginárias. Leal (2008, p. 4) discorre sobre a questão:

Não seria demais, aliás, pensar que o nome do jornal conteria também o seu leitor/receptor, que certamente não se confunde com as pessoas de carne-e-osso, mas que marcam os lugares, as posições que cada veículo abriria para a interação com os esses seus interlocutores. Nessa perspectiva, novamente a apreensão do veículo jornalístico como um dispositivo, na medida em que seus processos tecnológicos, operacionais e semióticos se mostram interligados e interdependentes.

O jornalista, então, ao escrever, aciona suas formações imaginárias para antecipar quem será o sujeito que lerá seu texto (imagina a faixa etária, o sexo, os interesses profissionais, o objetivo dele em comprar a revista, a escolaridade, etc.). Também imagina o que a empresa na qual trabalha quer que ele escreva (pensa, então, nos interesses comerciais, na política editorial, no tempo hábil, nas

possibilidades de agradar o editor e de ser elogiado, nas formas com que seus colegas e outros veículos construiriam o texto, no número de linhas disponíveis, nas estratégias de captação, didatização, informação, etc.) e quais as expectativas possíveis de suas fontes. E, em função desses vários imaginários, ele controla o que pode e o que não pode ser dito. Benetti (2008, p. 43) ratifica esse funcionamento imaginário: "todos esses sujeitos fazem parte da intersubjetividade que conforma o processo jornalístico".

No mesmo sentido, Charaudeau (2006), ao falar do duplo processo da mecânica da construção do sentido, trata da transformação (ato que consiste em tornar o 'mundo a ser significado' em um 'mundo significado') e da transação (que é o processo no qual o sujeito busca dar um objetivo a seu discurso em função de parâmetros que pressupõe saber sobre o outro). Esse último estaria ligado a essa questão de pensar antecipadamente o outro para, assim, se colocar em relação com ele, "visto que a consciência de si passa pela tomada de consciência da existência do outro, pela assimilação do outro e, ao mesmo tempo, pela diferenciação com relação ao outro"<sup>3</sup> (CHARAUDEAU, 2006, p. 42). Seria essa necessidade de estar em relação com outro que calcaria o contrato de comunicação e, por isso, possibilitaria a construção imaginária de um 'destinatário-alvo'.

### **3. Pontuações sobre os nomes das revistas**

A fim de alcançar a instância receptiva que quer atingir, o discurso jornalístico precisa estar atento ao seu alvo intelectual (aquele ao qual se atribui a capacidade de pensar) e ao alvo afetivo (aquele em que o modo inconsciente, das reações de ordem emocional, é mais predominante). Nesses, as questões de credibilidade, de acessibilidade, de emoções, como o inesperado, o insólito, o trágico, etc., movimentam o sujeito-jornalista na hora em que ele precisa materializar em texto seu discurso. Charaudeau (2006, p. 82) afirma: "no processo de construção da instância-alvo pela instância midiática, alvo intelectual e alvo afetivo se misturam e interagem. É nessa interação que tem origem a opinião pública."

Os jornalistas, assim, ao selecionarem ou definirem um nome para a materialidade de seus discursos, fazem uso da relação de sentidos, da relação de forças e dos mecanismos antecipatórios, a fim de satisfazer seu 'destinatário-alvo' (ou, de maneira mais ampla, seu público-alvo). O nome de uma revista, que será marca de identificação, referência, captação, não tem seu enunciado escolhido ao acaso. É a partir da verificação dos efeitos de sentido possíveis que se pode

---

<sup>3</sup> É isso que postulam a ciência e a filosofia da linguagem que se interessam pelo discurso.

entender quais formações imaginárias estão presas aos nomes das revistas ambientais 'Terra da Gente', 'Mãe Terra', 'Sustenta!' e 'Aquecimento Global'.

Os nomes das revistas são as 'portas de entrada' do leitor para entrar em contato com os discursos sobre meio ambiente, afixados em suas páginas. Dessa forma, a partir de dado nome, o público constrói um imaginário a respeito do que é meio ambiente.

Parte-se do pressuposto de que esses nomes são constitutivos e, ao mesmo tempo, estabilizadores de discursos de formações imaginárias já existentes. A análise aqui é feita tentando delinear quais os efeitos de sentido presentes em cada publicação que indicam a maneira pela qual se dá a construção das FImS sobre o meio ambiente para seus leitores.

Antes disso, é válido entender quais são as funções e significados que os nomes dos produtos jornalísticos desempenham para a unidade do discurso que está ali inscrito. Os nomes das revistas ambientais, em especial, possuem a necessidade de atrair o público nas bancas, já que a maior parte delas sustenta-se com a venda de exemplares e pela repetição do argumento intrínseco ao enunciado.

Os nomes de quaisquer produtos jornalísticos exercem papéis de relevância na concepção do produto como unidade de um discurso. Além de o nome ser a marca distintiva entre os outros produtos oferecidos, é ele o primeiro enunciado a entrar em contato com o leitor (justamente por estar na capa de forma destacada) e, assim, exercer a função de ratificação do contrato com o leitor ou buscar a captação do mesmo.

Maurice Mouillaud (1997), ao estudar o nome do jornal, diz que este enunciado é, ao mesmo tempo, mínimo e dominante. Mínimo porque representa, de forma condensada, toda uma concepção do produto jornalístico que denomina; dominante porque, explícita ou implicitamente, permeia todas as páginas e 'conduz o tom' dos discursos heterogêneos que o constituem. Mas a unidade dos títulos que compõem a revista se dá por conta de um *status*; afinal, os discursos pertencentes a um dado produto só podem ser apresentados sob a forma de uma unidade, de um dispositivo<sup>4</sup> espacial. Na verdade, o nome da revista (ou do jornal) possui uma proposta mínima, que é ampliada:

Todos os títulos fazem parte deste jornal, ou então, na medida em que o nome-do-jornal funciona como uma referência ao mundo (um

---

<sup>4</sup> O dispositivo para Mouillaud (1997) não é o suporte e, sim, o lugar onde o enunciado toma forma. Dessa forma, não estamos falando que o produto jornalístico 'revista' é o dispositivo. O dispositivo é, assim, o espaço virtual da processualidade de seu fazer-ser.

dado dia): todos seus enunciados são os enunciados do mundo nesse tal dia. A única unidade desses enunciados é a de aparecer no mesmo mundo e no mesmo tempo (MOUILLAUD, 1997, p. 91).

Ao tratar dos nomes dos exemplares, esse autor diz que o nome remete sempre à identificação com o modelo original (ou anterior). O leitor partilha de um contrato de leitura e tem no nome do produto o reconhecimento daquilo que já lhe é familiar. Assim, o nome possui uma forte marca de distinção entre os outros, mas, no conjunto de seus exemplares (série), ele funciona como um grampo que unifica as diversas edições. É importante notar que o peso da função dos nomes das revistas (a questão da identificação, em particular) só pode ocorrer a partir de um contexto e de um uso. O nome de uma revista pode referir-se a um exemplar isolado ou a um conjunto de coleções, mas a questão da designação como forma de identidade, de representação de um certo tipo de discurso só pode ser compreendida a partir de um grupo de edições com o mesmo nome.

Outro aspecto é a referência que carrega o nome de dado produto. O público passa a se relacionar com vários discursos que são assinados por um único enunciado (o do nome). Mesmo que este seja um acoplado de inúmeros sentidos diferentes e, às vezes, até antagônicos, o nome dá uma unidade à forma de apresentação.

#### **4. Sentidos de uma única formação discursiva**

Todo sentido de uma palavra e/ou expressão não existem em si mesmos, mas “mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam” (PÊCHEUX, 1975, p. 160). Isso quer dizer: o sentido só pode ser constituído em referência às condições de produção de um dado enunciado, a uma formação ideológica, imaginária e, conseqüentemente, a uma determinada formação discursiva.

Em virtude de os nomes das quatro publicações analisadas estarem voltadas para as questões ambientais que levem em consideração a ação do homem e sua relação com o meio ambiente, é possível inscrevê-las em uma mesma formação discursiva – a FD Ecosocial, aquela que percebe o homem e a natureza integrados, sem hierarquizações ou benefícios em detrimento do outro. O bem-estar do planeta é a ideologia que permeia essa FD.

Todos os nomes de revistas investigados são marcados por relações diretas ou indiretas com o ser humano: ‘Terra da Gente’ é movido por um sentido de posse e pertencimento da Terra pelos seres humanos; ‘Mãe Terra’ deixa em evidência a questão dos cuidados por meio do vocábulo ‘mãe’, que ganha relevância em razão de seu sentido culturalmente construído pelos homens; ‘Sustenta!’ traz à tona a

necessidade de equilíbrio entre o meio ambiente e a atividade humana ao se remeter à sustentabilidade; e 'Aquecimento Global' representa um fenômeno climático intensificado pelo desrespeito do homem ao ambiente em que vive.

## **5. Explorando os nomes das revistas ambientais**

A partir do exposto, observam-se as posições-sujeito de cada um desses nomes de revistas em relação à FD Ecosocial da qual fazem parte seus efeitos de sentido prováveis.

O primeiro nome a ser explorado é o da revista 'Terra da Gente', publicação com mais de quatro anos de circulação. Semanticamente, ainda que inscrita em uma FD já delimitada, a palavra Terra pode ser compreendida: (1) como o nome do nosso planeta (Planeta Terra); (2) no sentido de pátria, local onde vivemos; (3) no sentido de solo, lugar onde se cultiva, onde nascem e crescem os vegetais. Esses efeitos de sentido possíveis não sofrem alteração com o agrupamento da expressão 'da gente', que só soma a essas ideias ao sentido de pertencimento das pessoas, habitantes, povos.

O nome 'Terra da Gente' apresenta múltiplos sentidos que, embora sejam diferentes, não podem ser considerados antagônicos. O que prevalece em todos os casos é o sentido de que algo (o planeta, a terra para cultivar, a pátria) é de todos (da gente) e, desse modo, algo partilhado, sem dono único. A formação imaginária que provém daí remete à concepção de meio ambiente os efeitos de sentido de 'Terra', revelando uma formação ideológica e discursiva de que o meio ambiente é um bem (como a Terra) de todos. Esse enunciado remete a outros discursos já ditos, relacionados com o sentido de que, se existe algo que é de todos, todos devem se responsabilizar por isso.

A posição-sujeito do jornalista inscrito na FD Ecosocial e 'amarrada' pelos sentidos possíveis desse nome (enunciado 'Terra da Gente') só pode ser articulada a um lugar de fala preocupado com a preservação e a conservação do espaço sociogeográfico no qual os humanos vivem e à tentativa de construir leitores que percebam essa 'Terra' como sua também (devendo cumprir com seus direitos e deveres).

O segundo nome de revista a ser observado leva também, no seu enunciado, a palavra 'Terra'. 'Mãe Terra', além dos sentidos possíveis já apontados na análise anterior, adiciona o substantivo 'mãe', que remete à proteção, ao cuidado, ao amor incondicional. 'Mãe' contém o sentido de origem, de fonte de vida; afinal, é a mãe que tem os filhos (que podem ser vistos como o futuro das espécies).

'Mãe Terra' expressa, então, os sentidos: de espaço socioespacial ou de solo que é fonte de vida; do planeta Terra que deu origem à vida humana, sendo, assim, nossa mãe também; do lugar que nos prove a vida e nos cuida e protege tal qual uma mãe o faria.

Ao pensar nos discursos já ditos, temos várias menções à expressão 'Mãe Terra'. Como a revista surgiu em 2008, há várias probabilidades de ela ter se apropriado da expressão a partir de outros dizeres. Uma das menções à 'Mãe Terra' é encontrada no texto a seguir<sup>5</sup>:

Como se respondesse a nossa atual crise de meio ambiente, o nome Gaia se escuta hoje em dia por todas as partes. Existe a "Hipótese de Gaia" do físico James Lovelock, que propõe que o planeta terra seja um sistema auto-regulado; a "consciência de Gaia", que instiga para que a terra e suas criaturas sejam consideradas um todo e simplesmente e o termo "Gaia", que expressa reverência faz do planeta um ser vivo de que toda a vida depende. A esse fenômeno está associada a idéia que só uma personificação do planeta pode devolver-lhe uma identidade sagrada, de modo que seja possível estabelecer uma nova relação entre os seres humanos e o mundo natural.

Não é coincidência que em pleno século XXI regresse a mentalidade grega para formular essa experiência, posto que no Ocidente a última Deusa da Terra foi Gaia. É certo que na mitologia clássica a Deusa já tinha a mesma posição de Mãe Suprema de todo o ser vivo que tinha no período Neolítico, no entanto, a terra seguiu sendo, inclusive em filosofia, um ser vivo (zoon), segundo a terminologia platônica. Essa consciência perdeu-se nas referências judias e cristãs e essa perda se faz evidente no modo em que passamos a tratar a terra como se fosse matéria morta. Fica óbvio, portanto, que Maria, a Deusa Mãe reconhecida pela igreja cristã, tenha adquirido todos os atributos das Deusas Mães, exceto o de Deusa da Terra.

Nesse texto, faz-se referência à obra (e pensamento) do físico James Lovelock<sup>6</sup>, à mitologia grega clássica<sup>7</sup> e, até, à igreja cristã. Outros autores voltados para os estudos ambientais também se remetem ao planeta Terra como 'Mãe Terra', a exemplo de Leonardo Boff, que inclusive ajudou a instituir o dia 22 de abril como o "Dia Internacional da Mãe Terra". A expressão posta como nome dessa revista ambiental é bastante conhecida hoje, sendo denominação de música (Chimarruts), de reportagens com ênfase ambiental e até de livros (como 'Astrologia da Mãe Terra', de Márcia Starck, 'Mãe Terra', de Nancy Luenn,

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.rosanevolpatto.trd.br/deusagaia.html>>.

<sup>6</sup> Pesquisador independente e ambientalista. Lovelock desenvolveu a hipótese de Gaia, com base nos estudos de Lynn Margulis, para explicar o comportamento sistêmico do planeta Terra. A Terra é vista, nesta teoria, como um superorganismo.

<sup>7</sup> De acordo com esta, Gaia é a deusa Mãe primordial, uma das primeiras divindades a habitar o Olimpo, geradora de todos os deuses, a deusa-terra, livre de nascimento ou destruição, de tempo e espaço, de forma ou condição.



'Aprendendo com a Mãe Terra', de Nicete Campos, e 'A Humanidade e a Mãe Terra', de Arnold Toynbee).

O nome da revista, dessa maneira, carrega todos esses sentidos e, talvez, até outros não citados aqui. O que se pode afirmar, tendo em vista a FD Ecosocial na qual o enunciado está inserido, é que, de forma semelhante à 'Terra da Gente', o sujeito-jornalista movimenta FImS para a construção de um discurso que esteja em sintonia com essa percepção de cuidado e proteção em relação ao planeta do qual somos parte.

Já o nome da terceira publicação a ser examinada é 'Sustenta!'. A revista nasceu no final de 2008, quando os discursos sobre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável já estavam incorporados pela sociedade, por empresas e pela mídia. Afonso conceitua sustentabilidade como:

Dentre as várias definições existentes sobre sustentabilidade, podemos esclarecer que o termo implica na manutenção quantitativa e qualitativa do estoque dos recursos ambientais, utilizando tais recursos sem danificar suas fontes ou limitar a capacidade de suprimento futuro, para que tanto as necessidades atuais quanto aquelas do futuro possam ser igualmente satisfeitas. Esta noção é derivada do conceito de desenvolvimento sustentável, fruto de reflexões e debates ocorridos desde a década de 1960 e consolidado no relatório "Nosso Futuro Comum", publicado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU em 1987. De acordo com o relatório, 'o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades'<sup>8</sup> (AFONSO, 2006, p. 11).

Essa noção, no entanto, foi transformada em alguns discursos em prol dos lucros. O conceito 'desenvolvimento sustentável' tornou-se, por vezes, limitado. O segmento empresarial fez uma apropriação mercadológica do conceito e restringiu sua atenção às questões relacionadas ao ambiente físico. No entanto, a busca por um futuro comum melhor persiste em alguns lugares.

O desenvolvimento sustentável é um conceito amplo e, devido a esta característica, permite apropriações diferenciadas e ideologizadas por segmentos sociais de interesse. Sua proposição básica de eficiência econômica, associada à eficácia social e ambiental, que significa melhoria da qualidade de vida das populações atuais sem comprometer as possibilidades das próximas gerações, constitui padrão normativo almejado pela maioria das sociedades humanas, hoje (MONTIBELLER F.º, 2004, p. 19).

Porém 'Sustenta!' pode ainda ser derivada do verbo sustentar, que significa, entre outros: auxiliar, amparar, impedir que alguma coisa caia, resistir a, conservar, manter, alimentar, dar o necessário para alguém viver, instruir, edificar, perpetuar, fortificar, defender. Entende-se que o nome da revista, por estar

<sup>8</sup> CMMAD. Nosso Futuro Comum. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

enquadrado numa FD Ecosocial, que tem ênfase na preocupação com o meio ambiente – e não com o crescimento econômico -, possui os efeitos de sentido possíveis ligados à sustentabilidade do planeta e/ou ao desenvolvimento econômico em sua acepção primeira, que visa ao respeito com o futuro das próximas gerações.

A posição-sujeito do jornalista parece não estar tão próxima da forma-sujeito da FD Ecosocial como os enunciados de 'Terra da Gente' e 'Mãe Terra', pois há sentidos possíveis que movimentam FImS da ordem do econômico, do uso dos recursos naturais como fonte de riqueza e lucro. Mesmo assim, ela está mais próxima que o nome 'Aquecimento Global', responsável pelas movimentações de FImS vinculadas ao perigo, ao medo, às catástrofes.

O último nome a ser analisado aponta para uma catástrofe ambiental, um fenômeno natural que traz grandes prejuízos à vida humana: 'Aquecimento Global'. Dentro da FD Ecosocial, esse enunciado sofre um deslizamento de sentido em comparação às outras publicações. Ao invés de trazer a ideia de algo que é nosso ou do qual somos filho, dá espaço ao aspecto negativo das questões ambientais: dos desastres oriundos do desequilíbrio ambiental.

No Ecoguia (2008, p. 40/41), aquecimento climático é descrito assim:

Nosso planeta está se aquecendo: a temperatura subiu 0,5°C no século XX. É praticamente certa que as atividades humanas são responsáveis por isso. Na verdade, durante mais de dois séculos, nós lançamos enormes quantidades de gases que intensificam o efeito estufa e podem fazer a temperatura da atmosfera subir. Se não diminuirmos nossos resíduos de efeito estufa, a temperatura corre o risco de subir 1,5°C a 6°C daqui até o fim do século XXI.

Aquecimento climático e aquecimento global são sinônimos para o fenômeno que estabelece o aumento da temperatura média na superfície terrestre. Ele é um dos responsáveis pelo agravamento da força dos furacões, do derretimento das calotas polares, das grandes enchentes, entre outros. Geralmente, o imaginário do aquecimento global está associado a tragédias, destruições.

## **6. Considerações sobre deslocamentos de sentidos**

Os nomes das revistas desempenham funções diversas, como foram já discutidas aqui: são as portas de entrada para os leitores, enunciados de captação (para compra e leitura), marca de identificação e referência, responsáveis pela unidade da forma dos discursos, etc. Mas o que se pode perceber em relação aos quatro nomes de revistas ambientais explorados?

A partir desta análise, nota-se o claro deslocamento de posições-sujeito dentro de uma mesma formação discursiva a partir dos efeitos de sentido de cada

nome de revista. Enquanto duas publicações 'Terra da Gente' e 'Mãe Terra' abusam da percepção ambiental de espaço compartilhado, de cuidados, proteção, as outras duas seguem linhas discursivas que deslizam para sentidos outros do campo semântico ambiental, que não se desligam da FD, mas se afastam da forma-sujeito.

'Aquecimento Global' demonstra ser o nome de publicação mais distante dessa forma-sujeito. As formações imaginárias que cercam esse enunciado trazem discursos negativos a respeito do meio ambiente, contrário ao que acontece com os demais nomes de revista. Essa escolha pode ter sido usada de forma estratégica, a fim de chocar o público e atraí-lo para a compra e leitura da revista. Sabe-se que notícias ruins vendem mais do que as boas. Será que nomes de revistas com enfoque mais pessimista também?

Já a revista 'Sustenta!' apresenta-se no meio dessas duas situações. Levando-se em conta somente o nome da revista (o que foi proposto), o enunciado é passível de múltiplos sentidos e, a partir da FImS de cada sujeito-jornalista e de cada sujeito-leitor, podem despertar discursos diversos.

## REFERÊNCIAS

AFONSO, Cintia Maria. **Sustentabilidade**: caminho ou utopia? São Paulo: Annablume, 2006.

BENETTI, Márcia. Blogs jornalísticos e formações imaginárias. **Eco-Pós** (UFRJ), v. 12, p. 38-60, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro (org.). **Glossário de termos do discurso**. Porto Alegre: Gráfica da UFRGS, 2001.

ECOGUIA: guia ecológico de A a Z / Fundação Nicolas Hulot; [tradução: Mariana Nunes Ribeiro Echalar]; apresentação e adaptação da edição brasileira Martha Argel. São Paulo: Landy Editora, 2008.

LEAL, Bruno Souza. O jornal, sua identidade, sua voz. In: **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**. Natal - RN, 2008.

MARIANI, Bethania. Os primórdios da imprensa no Brasil (ou: de como o discurso jornalístico constrói memória). In: ORLANDI, Eni (org.). **Discurso fundador**. Campinas: Pontes, 1993.

MONTIBELLER F.º, Gilberto. **O mito do desenvolvimento sustentável** – Meio ambiente e custos sociais no moderno sistema produtor de mercadorias. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

MOUILLAUD, Maurice. O Nome do Jornal. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal** – Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 85-98.

\_\_\_\_\_. O título e os títulos. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal** – Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 99-116.

\_\_\_\_\_. Posturas do Leitor. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal** – Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 173-190.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso. In: GADET & HAK (org.). **Por uma análise automática do discurso**. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.