"Mães e Filhos" uni-vos em favor da mamãe-natureza! [1]

Ariane Carla Pereira Fernandes[2]
Unicentro (Universidade Estadual do Centro-Oeste)

"Para que a Terra continue a nos dar tudo aquilo de que precisamos para viver, temos de cuidar dela como cuidamos da nossa própria casa E melhor ainda. Pois da nossa casa nós podemos mudar. Da Terra não" – Ruth Rocha

RESUMO

Como as revistas voltadas para quem espera e para quem tem filhos abordam a temática meio ambiente? Esta foi a pergunta primeira a motivar esta pesquisa. A partir dela, foi definida a publicação Pais e Filhos, da Editora Manchete, como *corpus*. Textos que passaram por batimentos com os princípios da Análise do Discurso de linha francesa. Gestos de leitura que evidenciam: "mães, a 'solução' para os problemas ambientais atuais está em nossas (das mães) mãos. Portanto, um futuro e um mundo melhor para nossos filhos 'depende de nós'".

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo, Análise do Discurso, Meio Ambiente.

Reviravolta climática. Aquecimento global. Temperaturas em elevação. Desmatamento. Geleiras derretendo. O alarme de que nas questões ambientais estamos – nós, seres humanos – conduzindo o planeta de maneira torta soou. E, depois da "Verdade Inconveniente", de Al Gore, o clima, o meio-ambiente e a ecologia viraram, em 2007, assuntos cativos na imprensa mundial e brasileira.

Jornais, revistas, TVs, emissoras de rádio, sites de conteúdo não passaram sem registrar o medo de que seja tarde demais para o planeta; os vilões do aquecimento global e as saídas possíveis para esse lugar chamado Terra. Inevitável pauta. Inevitável? Então, como comportaram-se, nesse momento, de "onda verde", as revistas voltadas para quem espera um bebê e para quem tem uma, ou mais, criança?

Na busca por resposta(s) para tal pergunta, num primeiro momento, foram "dissecadas" as principais publicações do gênero no Brasil: Pais e Filhos, da Editora Manchete; Crescer, da Editora Globo; Meu Nenê, da Editora Símbolo; e Claudia Bebê, da Editora Abril..

[1] Trabalho apresentado no GT – Jornalismo e Editoração, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.
[2] Jornalista, mestre em Letras, docente do curso de Comunicação Social da Unicentro – e-mail: ariane_carla@uol.com.br

A observação dos exemplares publicados de janeiro a dezembro de 2007 mostrou, primeiramente, que Crescer, Meu Nenê e Claudia Bebê não abordaram o tema "aquecimento global" propriamente. Assuntos relacionados ao meio ambiente foram inseridos, eventualmente, em outras pautas. Como exemplo cito a matéria "10 dicas para uma vida mais saudável", publicada em setembro de 2007 pela revista Crescer que tem entre os itens do título o tópico 7 "Prefira alimentos orgânicos". Temática esta também presente na edição de agosto de 2007 da revista Meu Nenê: "Os verdinhos do momento – Alimentos orgânicos estão na moda. Conheça aqui os benefícios que eles podem trazer para seu bebê".

A preservação do meio ambiente, eventualmente, também aparecia nas colunas de notas das três revistas citadas. Na maioria dos casos, os textos, claramente, eram provenientes de *releases* como a nota "Roupa ecológica" que tratava de uma marca de jeans infantil que trabalha com "tecido elaborado com fios obtidos a partir de celulose retirada da polpa de madeira proveniente de árvore de floresta auto-sustentável".

Já Pais e Filhos, diferentemente de Crescer, Meu Nenê e Claudia Bebê, tornou o aquecimento global e suas variantes possíveis – meio ambiente de maneira geral e o que ainda pode ser feito pelo planeta – assunto cativo. Nove das doze edições de 2007 abordaram de alguma maneira o tema:

JANEIRO/2007"

Matéria Especial: "*Um minuto para o fim do mundo – O que você pode fazer agora para que o mundo ainda exista quando seus filhos crescerem"*

Teste: *"Até que ponto você é verde?"*

FEVEREIRO/2007

Edição a não tratar do assunto.

MARÇO/2007

Editorial: *"O planeta está esquentando"*

Coluna "Consumidos e Consumados": *"O fim do mundo"*

ABRIL/2007

Segunda edição a não tratar do tema.

MAIO/2007

Seção "Depende de nós": *"Pilhas e Baterias"*

Nota: Esta é a estréia da seção que passa a ser publicada mês a mês, com exceção de novembro do ano pesquisado, sempre trazendo atitudes "simples", segundo a revista, que podem contribuir para o meio ambiente e, também, de acordo com Pais e Filhos,

para um mundo melhor.

JUNHO/2007

Capa (chamada principal): *"Tá esfriando! Os efeitos do aquecimento sobre as doenças de inverno"*

Coluna "Consumidos e Consumados": *"Os sustentáveis (parte 1)"*

Matéria: *"Ta esfriando – Com o aumento das temperaturas, as doenças de inverno demoram mais a atacar, mais ainda causam bastante estrago"*

Seção Moda: *"Ta esquentando! Com o aquecimento global, os invernos não são mais como antigamente, mas a gente continua gritando: 'Filho, não esquece o casaco' "*

Seção "Depende de Nós": *"Doar roupas"*

Nota 1: A partir deste mês, a Seção "Depende de Nós", que havia sido lançada na edição anterior, passa a ser uma "sub-seção" dentro de uma "seção maior" denominada pela revista "Cuidando do Mundo". Nas edições seguintes a seção "Cuidando do Mundo" ganhará outras "sub-seções". Esta mudança, aparentemente, faz parte da reformulação do projeto editorial, já que as mudanças aparecem, pela primeira vez, no exemplar de junho.

Nota 2: Ainda sem entrar, propriamente, na análise do(s) discurso(s) da revista Pais e Filhos é difícil não perceber como o tema passa a ser prioritário na redação. São a chamada de capa e o título da matéria referente que evidenciam isto. A capa promete apontar quais são os efeitos do aquecimento global sobre as doenças de inverno. Ou seja, os efeitos existem. A resposta esperada pode ser conferida já na linha fina: *"com o aumento das temperaturas, as doenças de inverno demoram mais a atacar"*. Isto significa que o período de contaminação das crianças por estas doenças é menor, o que é, ao contrário do que a revista parece querer demonstrar, uma vantagem.

JULHO/2007

Coluna "Consumidos e Consumados": *"Os sustentáveis (parte 2)"*

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Depende de Nós": *"Óleo"*

AGOSTO/2007

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Depende de Nós": *"Sacola de compras só sua"*

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Solução": *"Separar o lixo reciclável"*

Nota: "Solução" é o título dado a segunda "sub-seção" da Seção "Cuidando do Mundo" que, nas edições seguintes, crescerá. Esta página tem como proposta apontar saídas, soluções como o próprio nome declara, para problemas ambientais.

SETEMBRO/2007

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Depende de Nós": *"Não desperdiçar água"*

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Solução": *"Reutilizar potes de vidro"*

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Interdependência": *"Depende da babá"*

Nota: Nesta edição, a seção "Cuidando do Mundo" ganha sua terceira, e última, "sub-seção". "Interdependência" procura mostrar que cuidar do meio ambiente, melhorar o mundo em que moramos, não é uma questão apenas de ecologia mas, também, de cidadania. Por isso, precisamos, de acordo com a "sub-seção", nos relacionar melhor com o meio e, ainda, com quem habita este meio.

OUTUBRO/2007

Seção Moda: *"Amigos da natureza – Mais do que vestir ela é pensada para ajudar no desenvolvimento da criança, cuidar do ambiente ou reverter verbas para causas sociais"*

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Depende de Nós": *"Aparelhos em espera"*

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Solução": *"Luminária"*

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Interdependência": *"Mão amiga"*

NOVEMBRO/2007

Edição não trás matérias específicas nem seções fixas relacionadas ao meio-ambiente.

DEZEMBRO/2007

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Depende de Nós": *"Comprar produtos com madeira certificada"*

Seção "Cuidando do Mundo" – Sub-seção "Interdependência": *"Nada de empurrar com a barriga"*

Após, primeiramente, situar as revistas nacionais voltadas para quem é mãe, ou pai, e, também, para quem espera por um bebê e, depois, apontar como o tema meio ambiente foi explorado pela publicação da Editora Manchete, Pais e Filhos, que tomo como *corpus* desta pesquisa, o convido, leitor, a percorrer a trilha teórica e, concomitantemente – já que a Análise do Discurso é feita de batimentos teoria-análise – a se aventurar pela vereda da análise.

Um dos conceitos chave da Análise do Discurso de linha francesa é o referente às Formações Imaginárias que, segundo Pêcheux, não são os sujeitos físicos, mas as imagens que o locutor/enunciador e o interlocutor formam de si, do outro e, também, do que estão falando:

> O que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si a ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro. Se assim ocorre, existem nos mecanismos de qualquer formação social regras de projeção, que estabelecem as relações entre as situações (objetivamente definíveis) e as posições (representações dessas situações). (PÊCHEUX, 2001, p.82).

As formações imaginárias podem ser evidenciadas, de acordo com a proposta de Pêcheux, a partir de quatro questões – duas referentes às imagens de A (o sujeito produtor do discurso) e duas referentes às imagens de B (o sujeito receptor desse mesmo discurso):

> IA(A) (imagem do lugar de A para o sujeito colocado em A): "Quem sou eu para eu lhe falar assim?"
> IA(B) (imagem do lugar de B para o sujeito colocado em A): "Quem é ele para que eu lhe fale assim?"
> IB(B) (imagem do lugar de B para o sujeito colocado em B): "Quem sou eu para que ele me fale assim?"
> IB(A) (imagem do lugar de A para o sujeito colocado em B): "Quem é ele para que me fale assim?" (PÊCHEUX, 2001, p.83)

Assim, as posições sociais ocupadas pelo sujeito produtor do discurso e pelo sujeito receptor desse mesmo discurso são constitutivas do dizer. Afinal, são "essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições do sujeito no discurso. Essa é a distinção entre lugar e posição" (ORLANDI, 2003, p.40).

Esse conceito de formações imaginárias foi desenvolvido por Michel Pêcheux a partir do conceito lacaniano de imaginário. Dessa maneira, as formações imaginárias sempre são resultados, também, de processos discursivos anteriores e, assim, se manifestam, discursivamente, através das relações de força, de sentido e da antecipação.

Esse último mecanismo trata da capacidade do locutor se colocar no lugar do outro para, assim, poder dizer "de um modo, ou de outro, segundo o efeito que pensa produzir em seu ouvinte" (ORLANDI, 2003, p.39). Ou seja, o sujeito recorre à antecipação para estabelecer suas estratégias discursivas. Dessa maneira, se antecipar significa, segundo Pêcheux, dirigir o processo argumentativo:

> A antecipação de B por A depende da "distância que A supõe entre A e B: encontram-se assim formalmente diferenciados os discursos em que se trata para o orador de *transformar o ouvinte* (tentativa de persuasão, por exemplo) e aqueles em que o *orador e seu ouvinte se identificam* fenômeno de cumplicidade cultural, "piscar de olhos"

manifestando acordo etc.) (PÊCHEUX, 2001, p.85, grifos do autor)

Para a AD, o lugar de onde fala o sujeito é constitutivo de seu dizer. Assim, essas posições determinam as relações de força de um discurso. "Como nossa sociedade é constituída de relações hierarquizadas, são relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na 'comunicação'" (ORLANDI, 2003, p. 40).

Já a relação de sentidos pressupõe que um discurso sempre aponta para outros – já-ditos ou ainda por dizer. Nas palavras de Orlandi, "um dizer tem relação com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis" (ORLANDI, 2003, p.39).

Assim, segundo a AD, todo o discurso é um jogo de imagens: dos dizeres com os ditos que os sustentam; dos sujeitos com os lugares por eles ocupados na sociedade; e dos sujeitos (dos discursos) com eles mesmos. Jogo esse presente, como não poderia deixar de ser, no discurso "verde" de Pais e Filhos.

IB(B) = Imagem do lugar do leitor da revista Pais e Filhos, isto é, a(s) mãe(s)[3] (para a mãe que se coloca na posição de leitora de Pais de Filhos e, portanto, conferindo credibilidade ao(s) discurso(s) da publicação) = Mãe(s) preocupada(s) com questões do dia-a-dia das crianças, como cuidados com a saúde, alimentação, educação, desenvolvimento/crescimento, comportamento e, porque não, qualidade e vida e meio ambiente.

IB(A) = Imagem do lugar da Revista Pais e Filhos (para a mãe que se coloca como leitora da publicação) = Pais e Filhos é uma revista publicada pela Editora Manchete há 40 anos e que, em mais de 400 edições mostrou responsabilidade nas questões relacionadas à gravidez e ao desenvolvimento das crianças e que, por isso, conquistou a credibilidade materna. Dessa maneira, eu, mãe, a autorizo a me fazer alertas, ensinar, puxar a orelha...

IB(B) e IB(A) possibilitam que a revista ocupe o lugar/posição que a publicação imagina ter e que constituem seu dizer. Discurso esse mais forte (relação de forças) por ser digno de credibilidade e pelas mães recorrerem a ele como palavra de ajuda/auxílio durante a gravidez e a criação/educação dos filhos. E, por saber disso, que é tomada como manual pelas mães, Pais e Filhos busca se "antecipar" e publicar assuntos de

[3] Embora a publicação tenha no título "Pais", ou seja, mães e pais, o discurso é focado nelas, nas mães. Por exemplo: "Temos de agir a partir de nosso cotidiano básico. È nosso dever de MÃE". Ou ainda: "Algumas coisas que as mães podem fazer para mudar o mundo". Citações extraídas de "O fim do mundo". Texto publicado em março de 2007 na coluna Consumidos e Consumados, escrita, mensalmente, pela publicitária – e mãe – Tetê Pacheco.

interesse primeiro das mães. Assunto esse que em 2007, inevitavelmente, era o aquecimento global pelo tema estar no centro de todas as discussões midiáticas e/ou cotidianas. Por isso, os sentidos dos discursos de Pais e Filhos (relação de sentidos), no último ano, apontam para a onda verde de dizeres já proferidos ou ainda por dizer depois do alerta de *Uma verdade inconvenienteI*, livro do ex-vice-presidente norte-americano Al Gore.

Assim, a análise dos textos publicados sobre o tema (listagem completa acima) meio ambiente pela revista Pais e Filhos nas doze edições do ano de 2006 apontam, sempre, para as seguintes formações imaginárias:

IA(A) = Imagem do lugar da revista Pais e Filhos (para os repórteres, editores, colunistas e colaboradores da revista Pais e Filhos) = A luz vermelha do aquecimento global e suas conseqüências acendeu na redação de Pais e Filhos e, nós, que fazemos a revista, temos a obrigação de fazer a nossa parte que é alertar você que, como nós, é mãe[4]. Exemplos:

1) "Um minuto para o fim do mundo. O que você pode fazer agora para que o mundo exista quando seus filhos crescerem" (Matéria Especial "Um Minuto para o fim do mundo", edição 442, janeiro de 2007).

2) "a bronca é da Terra. Se a gente não maneirar, nossa casa é que vai nos botar pra fora. O planeta está dando todos os sinais de que cansou da nossa falta de educação" (Matéria Especial "Um minuto para o fim do mundo", edição 442, janeiro de 2007).

3) E o grande responsável pela reviravolta climática atual sabe quem é? É o desmatamento e a fumaça lançada pelas fábricas, claro. Mas também somos NÓS, eu e você" (Matéria Especial "Um minuto para o fim do mundo", edição 442, janeiro de 2007).

4) "Essa história já tinha de estar completamente incorporada! Sacola de plástico não dá. Chega, acabou, risca de uma vez da sua vida. (...) De uma vez por todas: use sempre sua sacola (de pano, claro) e diga 'não, obrigada[5]', com firmeza, da próxima vez que lhe

[4] É importante ressaltar que como a revista, em seus discursos, se coloca como uma publicação para mães feita por mães, essas mães produtoras do dizer podem escrever como se estivessem conversando com amigas. Esse é o tom da publicação. Um diálogo, um bate-papo entre pessoas íntimas, entre amigas que ocupam o lugar/a posição de mães e que, por serem iguais, se permitem trocar experiências e compartilhar medos, angústias, erros em relação à/na criação dos filhos. Por exemplo: "a gente que tem filho sabe como o consumo de pilha aumenta quando eles chegam..." – Seção Depende de Nós, "Pilhas e baterias", edição 446, maio de 2007.

[5] A materialidade lingüística – obrigada – como "prova" de que a revista Pais e Filhos é voltada para as mães.

oferecerem esse raio dessa sacolinha. Compras pequenas vão na bolsa; para as maiores, carrinho de feira... E, no carro, caixa de papelão" (Seção Cuidando do Mundo, "sub-seção" Depende de Nós, "Sacola de compras só sua", edição 449, agosto de 2007[6]).

IA(B) = Imagem do lugar dos leitores da revista, ou seja, as mães (para os repórteres, editores, colaboradores, ou seja, para a revista Pais e Filhos) = Mães, vocês são as responsáveis pelos seus filhos agora e, também, pelo futuro deles. E para que eles tenham futuro é preciso preservar o meio ambiente. Por isso, vocês também são responsáveis pela Terra, lugar onde nossos filhos vivem e viverão. Isto é, se nós cuidarmos agora. Caso contrário, não haverá amanhã para o planeta tão pouco para seus/nossos filhos. Exemplos:

1) "calcula-se que nos próximos 50 anos, 40% da população mundial deva enfrentar grave falta de água. Ou seja, mais ou menos quando seu filho tiver a idade que você tem hoje. Medo? É para ter. E se mexer" (Matéria Especial "Um Minuto para o fim do mundo", edição 442, janeiro de 2007).

2) "O que fazer com tanta poluição, desmatamento, descuido e irresponsabilidade? Agir. Não tem outro jeito. A situação ainda pode ser revertida, mas é preciso começar agora, para que os nossos pequenos e os pequenos deles não sofram as conseqüências" (Matéria Especial "Um minuto para o fim do mundo", edição 442, janeiro de 2007).

3) "os pais precisam vetar produtos descartáveis e o consumo desenfreado, mostrando às crianças que tudo que se tira da natureza tem um preço" (Matéria Especial "Um minuto para o fim do mundo", edição 442, janeiro de 2007).

4) "o que pais e filhos podem fazer juntos" (Matéria Especial "Um minuto para o fim do mundo", edição 442, janeiro de 2007).

5) "faça a sua parte" (Seção Depende de Nós, "Pilhas e Baterias", edição 446, maio de 2007).

6) "a gente pode fazer nossa parte para evitar mais desmatamento ainda" (Seção Cuidando do Mundo, "sub-seção" Depende de Nós, "Comprar produto com madeira certificada", edição 453, dezembro de 2007).

Exemplos discursivos que nos possibilitam dizer que a imagem que Pais e Filhos tem de seus leitores é a de mães responsáveis pela preservação do meio ambiente, assim

[6] Esse exemplo de número 4 de IA(A) – ou seja, o alerta de uma revista feita por mães para leitoras mães - se encaixa, perfeitamente, também, como exemplo para IA(B) – isto é, o discurso da revista colocando as mães como responsáveis pela preservação do meio ambiente, do planeta e, isso é o que para as mães realmente toca e motiva a conservação ambiental, pelo futuro saudável e feliz dos filhos.

como são responsáveis pelo bem-estar dos filhos. Já a imagem que a revista tem de si mesma é a de uma publicação que tem a obrigação de alertar as mães brasileiras sobre o aquecimento global e, também, de mostrar algumas alternativas de como ajudar na "recuperação" do planeta.

Após a análise das Formações Imaginárias em jogo no discurso verde de Pais e Filhos proponho uma aproximação entre esse conceito pecheutiano e o conceito aristotélico de *ethos*[7]. Afinal, da mesma maneira que as formações imaginárias não são os sujeitos físicos, mas as imagens que o locutor e o interlocutor formam de si, do outro e, também, do que estão falando, o *ethos* (ou o estabelecimento da imagem do caráter do orador) pode ser construído – em função do *pathos* (ou do auditório) e das paixões (ou reações) que se pretende despertar – não sendo o caráter do orador propriamente.

Para o nosso diálogo teórico sobre a questão do estabelecimento do *ethos* coloco em cena, primeiramente, os estudos contemporâneos voltados para a Lingüística para, em seguida, falar sobre as idéias aristotélicas.

No Brasil, Fiorin é um dos pesquisadores que, ultimamente, tem incluído o *ethos* em seus estudos sobre a linguagem. Para ele, as pessoas ao se colocarem nas posições de autor e/ou de leitor passam a ser simulacros de autor e de leitor; ou seja, tornam-se imagens construídas pelo discurso. "São esses simulacros que determinam todas as escolhas enunciativas, sejam elas conscientes ou inconscientes, que produzem os discursos" (FIORIN: 2004, p.1).

Relacionar as pesquisas lingüísticas ao estudo do *ethos* é uma opção, já há alguns anos, de/para pesquisadores franceses. Um deles é Maingueneau (2004) para quem o *ethos* revela, através da enunciação, a personalidade do orador. Dessa maneira, ele afirma que a função do *ethos* é legitimar a maneira de dizer do enunciador. Ou seja, "a qualidade desse *ethos* remete, com efeito, à imagem desse fiador[8] que, por meio de sua fala, confere a si próprio uma identidade compatível com o mundo que ele deverá construir no enunciado" (MAINGUENEAU: 2004, p.99).

O *ethos* como desdobramento contemporâneo da retórica tradicional também foi tema de Barthes. Esse autor, em seus estudos, salientou a característica essencial do

[7] Proponho uma aproximação, mas estou longe de afirmar que os conceitos são idênticos. Isso porque acredito que embora existam diferenças (fundamentais) das bases de sustentação teóricas da Análise do Discurso e da Retórica – o conceito de sujeito, por exemplo – é possível fazer batimentos entre as duas vertentes. Afinal, é a própria AD com seu caráter interdisciplinar que permite a busca de outras disciplinas.

[8] É assim que Maingueneau designa o enunciador já que ele mesmo, através da construção de seu discurso, é o responsável pela legitimação do enunciado.

ethos em qualquer discurso, seja ele oral ou escrito: "são os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para causar boa impressão: são os ares que assume ao se apresentar. [...] O orador enuncia uma informação e ao mesmo tempo diz: eu sou isto, eu não sou aquilo" (BARTHES apud MAINGUENEAU: 2004, p.98).

Porém, essas informações sobre quem é o enunciador contidas no enunciado não são auto-elogios, o que poderia, ao contrário de captar a atenção, levar o ouvinte ao desinteresse. O segredo do orador ao estabelecer seu *ethos* é, segundo Ducrot, atribuir a si mesmo uma imagem favorável que seduza o ouvinte e isso ele consegue com "a fluência, a entoação, calorosa ou severa, a escolha das palavras, os argumentos (o fato de escolher ou negligenciar tal argumento pode parecer sintomático de tal qualidade ou de tal defeito)" (DUCROT: 1987, p.188-189).

Das citações anteriores podemos recuperar algumas palavras-chave para entender o (que é o) *ethos*: imagem de acordo com Ducrot e Fiorin; caráter segundo Barthes; e personalidade para Maingueneau. Quaisquer dessas três designações podem ser atribuídas como definições de *ethos* que, na concepção aristotélica, é o caráter do orador (não necessariamente real) como um efeito do discurso que o torna digno de fé e, assim, possibilita a persuasão.

O *ethos* foi abordado, por Aristóteles, de duas maneiras distintas: como ética, em *Ética a Nicômaco,* e como caráter, em *Retórica*. E é esse último que é retomado pela Lingüística. Abordar a retórica aristotélica pressupõe tomar como ponto-de-partida o *decoro*, ou seja, as vozes do discurso que são o orador e o auditório; em outras palavras, o *ethos* e o *pathos*.

Assim, como foi exposto acima, o *ethos* – para Aristóteles – é o estabelecimento da imagem (ou do caráter) de quem está falando pelo próprio orador, sem que o auditório perceba, através do discurso. Dessa maneira, ao construir sua imagem o orador tem como objetivo conquistar/captar a benevolência, a boa vontade do auditório. Pois, só assim, é que o *ethos* vai atingir seu objetivo que é funcionar como prova dos argumentos do orador.

O auditório ao aceitar essas provas, ou seja, ao dar credibilidade ao *ethos*, à imagem, ao caráter do orador, estabelece com este um *pathos.* Em outras palavras, o *pathos* é a reação do auditório a partir da fala do orador. Ou ainda, é o efeito que o

orador obtém no auditório.

Após o exposto, é possível concluir que o *ethos* é um meio de persuasão. Porém esta só se concretiza em função do *pathos* que determina a forma como o discurso é construído. Ou seja, o auditório só reage – tanto positiva quanto negativamente – a um orador que mexe com as suas paixões. Sentimentos que são determinados pela maneira como o orador manipula as emoções da platéia.

Segundo Aristóteles, "as paixões são todos aqueles sentimentos que, causando mudanças nas pessoas, fazem variar seus julgamentos" (2000, p.5). De maneira simplificada é possível dizer que as paixões medem e exprimem a identidade e a diferença entre os homens. Proximidade e distância que se revelam, no discurso, através de 14 paixões que são descritas por Aristóteles em *Retórica.*

Assim, Aristóteles define a **cólera** como o desejo de vingar-se de um manifesto desprezo que é julgado como não merecido. Ou seja, é um brado contra a diferença imposta, injusta ou assim percebida. Sua causa é a crença de que se sofre injustamente. Dessa maneira, o colérico se volta, sempre, contra um indivíduo em particular. Já a **calma** é a inibição e o apaziguamento da cólera, podendo ser encarada como a melhor expressão da indiferença em uma relação.

"Se sente **vergonha** diante daquelas faltas que parecem vergonhosas, seja para nós mesmos, seja para aqueles com quem nos preocupamos; ora tais são todos os atos que provêm de um vício" (ARISTÓTELES: 2000, p.39), de uma injustiça. Ou seja, a vergonha é resultado de atitudes que podem levar a desonra, a má reputação. Vale ressaltar, seguindo o pensamento aristotélico, que a vergonha se estabelece por se ter consideração por alguém. Já a indiferença pelo outro e/ou pelos mesmos motivos que levam à vergonha são características da **imprudência**.

Um outro tipo de paixão é o **favor**. Ou seja, "o serviço pelo qual, diz-se, aquele que possui concede ao que tem necessidade, não em troca de alguma coisa, nem com o fim de obter alguma vantagem pessoal, mas no interesse do favorecido" (ARISTÓTELES: 2000, P.51).

Compaixão e **indignação** são dois sentimentos que se contrapõem. Afinal, o primeiro é um "pesar por um mal que se mostra destrutivo ou penoso, e atinge quem não o merece" (ARISTÓTELES: 2000, p.53). Essa paixão só é despertada pelo fato de se acreditar que existem pessoas honestas. Afinal, só quem tem esse tipo de caráter é digno

de compaixão. Já a indignação é "o pesar pelos sucessos imerecidos" porque "é injusto o que acontece contrariamente ao mérito" (ARISTÓTELES: 2000, p. 63).

Outras paixões descritas por Aristóteles são a **inveja** que tem origem no desejo de se possuir algo acreditando que isso pode aumentar a superioridade ou diminuir a inferioridade em relação a alguém; a **emulação** que é o julgar-se digno de bens que não se possui, sendo possível adquiri-los; e o **desprezo** que é o contrário da emulação.

O **amor**, na concepção Aristotélica, é o lugar da conjunção, da associação, sendo comparado – então – a amizade. "Seja amar o querer para alguém o que se julga bom, para ele e não para nós, e também o ser capaz de realizá-lo na medida do possível" (ARISTÓTELES: 2000, p.23). Já a causa da inimizade é o **ódio** que não é o mesmo que a cólera. Esta "provém daquilo que nos toca pessoalmente", aquele "surge mesmo sem nenhuma ligação pessoal; de fato, se supomos que uma pessoa tem tal ou tal caráter, nós a odiamos" (ARISTÓTELES: 2000, p.29). A primeira volta-se contra o indivíduo, o segundo contra classes de pessoas.

O **temor** é definido por Aristóteles como um desgosto, uma preocupação que é resultado da suposição de que algo mau/ruim pode acontecer. "São temíveis aquelas coisas que parecem possuir grande capacidade de arruinar, ou de causar danos que levam a grande desgosto" (ARISTÓTELES: 2000, p.31). Dessa maneira, mesmo os indícios são temíveis. Afinal, o perigo está na aproximação do que é temido. O contrário do temor é a **confiança**. Sentimento este que é definido como a esperança "acompanhada da suposição de que os meios de salvação estão próximos" (ARISTÓTELES: 2000, p.35).

Do discurso ambiental de Pais e Filhos podemos perceber que o *ethos* da revista é estabelecido a partir do despertar de três das quatro últimas paixões citadas: o amor, o temor e a confiança. Sendo que o amor – paixão que leva a realização de tudo quanto possível pelo bem-estar de quem se ama – das mães pelos filhos, chamado de incondicional, é o elo entre as três paixões e o ponto que permite o estabelecimento efetivo do *ethos*.

O discurso que leva ao despertar do medo, do pavor é possível dizer, é recorrente nos textos relacionados ao meio ambiente e ao aquecimento global publicados pela revista. Pais e Filhos utiliza-se dessa paixão para gerar preocupação com um possível (já que também os indícios são temíveis) “fim do mundo” (Coluna

Consumidos e Consumados, "O fim do mundo", edição 444, março de 2007). As matérias e colunas apontam o caos ambiental que vivemos como reversível desde que as ações para reverter a "catástrofe" (Coluna Consumidos e Consumados, "O fim do mundo", edição 444, março de 2007) comecem "hojeaquiagora" (Coluna Consumidos e Consumados, "O fim do mundo", edição 444, março de 2007).

E de quem seria a responsabilidade por tais ações verdes? Ou melhor, quem seria capaz de colocá-las em prática? As mães que são capazes de tudo por amor aos filhos: "porque somos responsáveis pelo mundo que vamos deixar para os nossos filhos" (Editorial "O planeta está esquentado", edição 444, março de 2007). Que mãe, por medo já que "são temíveis aquelas coisas que parecem possuir grande capacidade de arruinar, ou de causar danos que levam a grande desgosto" (ARISTÓTELES: 2000, p. 31), não reagiria a discursos como:

1) "vai ser muito triste ver nossos filhos sofrendo o desconforto de não conseguir respirar (portanto, de não conseguir correr, rir), com o calor insuportável, o oxigênio escasso, esperando enquanto minguam, como plantas sem água e sem adubo, a hora do apagão final. Não vai ser triste. Vai ser muuuuuito triste!" (Coluna Criadores e Criaturas[9], "A casa dos nossos filhos", edição 444, março de 2007).

2) "já se perdeu muito tempo e já chegamos ao ponto do irreversível. Que pena! E onde pega tudo isso? Nos nossos filhos. Daqui a 20 anos, segundo muitos pesquisadores, (...), o degelo glacial, conseqüência do aquecimento global, proveniente da emissão de carbono na atmosfera provocada pela utilização de energia de origem fóssil e pelo desmatamento das florestas, (...), fará com que as condições apropriadas para a nossa existência humana estejam bem comprometidas ou, na pior das hipóteses, não existam mais" (Coluna Criadores e Criaturas[10], "A casa dos nossos filhos", edição 444, março de 2007).

3) "Se a gente não fizer nada agora, daqui a...

...20 anos: mais de 3 bilhões de pessoas viverão com problemas para obter água potável. Cerca de 14 países terão escassez efetiva de água. A ONU calcula que duas em cada três pessoas do planeta não terão água potável.

...50 anos: não restarão peixes no mar. Conseqüentemente, animais que dependem dos peixes para sobreviver morrerão.

...80 anos: as geleiras liquefeitas irão aumentar o nível do mar entre 30 e 80 cm e o gelo

[9] Assinada por Luiza Olivetto, artista plástica e mãe de Homero.
[10] Assinada por Luiza Olivetto, artista plástica e mãe de Homero.

do Ártico poderá derreter. Extremos de temperatura vão se intensificar. Mais de 200 milhões de pessoas deverão ser deslocadas pela elevação do nível do mar, 40% das expécies serão levadas à extinção. O número de subnutridos subirá de 75 milhões para 125 milhões.

...80 a 100 anos: parte dos 6 milhões de km2 da Floresta Amazônica vai se transformar em cerrado, o semi-árido ficará ainda mais seco e a caatinga será substituída por vegetação típica de deserto. O aquecimento global irá aumentar as temperaturas na Amazônia entre 2 e 3 graus e poderá haver redução de chuva entre 10% e 20%. A produção agrícola se tornará inviável. Além disso, o alto potencial de evaporação causará a diminuição da água de lagos, açudes e reservatórios. Formação de desastres naturais cada vez mais intensos, inclusive na costa brasileira. Algumas doenças, como a malária e a febre amarela, vão se expandir para outros territórios" (Matéria Especial "Um minuto para o fim do mundo", edição 442, janeiro de 2007).

"Precisamos de um planeta em ordem para nossos filhos viverem" (Editorial "O planeta está esquentando", edição 444, março de 2007). E para colocar essa ordem no caos, mães, "temos de agir a partir do nosso cotidiano básico. É nosso dever de mãe" (Coluna Consumidos e Consumados, "O fim do mundo", edição 444, março de 2007). Ou seja, a revista Pais e Filhos confere às mães a posição de "paladinas contemporâneas", de "heroínas do verde". Os vilões? "Qualquer um que atue para agravar nossas condições de sobrevivência e, principalmente, a de nossos filhos, deve ser declarado inimigo" (Coluna Criadores e Criaturas, "A casa de nossos filhos", edição 444, março de 2007).

Acreditar poder "colocar ordem no planeta" evidencia um sentimento de potência (segundo Nietszche), uma vontade de poder (de acordo com Foucault). Assim é possível dizer que Pais e Filhos coloca as mães numa situação de quem tem o poder e pode exerce-lo. Ou seja, a(s) ação(ões) das mães em fazer da Terra um bom local para os filhos viverem seria(m) um dínamo – poder, potência, o mesmo que faz funcionar o motor dos carros, que coloca algo em funcionamento (FOUCAULT, 1996) – de resistências (à destruição do meio ambiente, do planeta, do habitat dos filhos), de deslocamentos (é possível sim contornar os desdobramentos do aquecimento global), de mudanças (de comportamento, de hábito, deixando de lado o poder destrutivo do homem para por em ação sua face preservacionista) e de transformações da sociedade (de consumo desenfreado para auto-sustentável).

Outra evidência desse sentimento de poder, gerado a partir do temor

(preocupação que é resultado da suposição de que algo mau/ruim pode acontecer), são as designações dadas para a seção e "sub-seções" criadas em 2007 pela revista. Primeiro, é possível sim "cuidar do mundo" (a seção), só "Depende de nós" (uma das sub-seções), mães, para que o aquecimento global e suas conseqüências sejam revertidos. "A gente pode fazer a nossa parte" (Seção "Cuidando do Mundo, Sub-seção "Depende de Nós", "Comprar produto com madeira certificada", edição 453, dezembro de 2007). Nós, mães, temos a "Solução" (outra sub-seção) para resolver de uma vez por todas esse problema. Para isso, só precisamos trabalhar unidas, umas colaboram com as outras e, assim, é gerado (como são os filhos) um sentimento de "Interdependência" (a última sub-seção).

Afinal, "tudo o que a gente faz tem uma conseqüência direta sobre os outros e, portanto, sobre nós mesmos. Dependemos uns dos outros e vamos ter de aprender a nos relacionar tudo de novo" (Coluna Consumidos e Consumados, "Os sustentáveis (parte 1)", edição 447, junho de 2007). Ou seja, "mais do que uma questão ecológica, a preocupação com o ambiente é isso mesmo: questão de cidadania, de saber que suas atitudes têm impacto sobre a vida dos outros, que é preciso agir em vez de esperar que os outros façam por você" (Matéria Especial "O fim do mundo", edição 442, janeiro de 2007).

Por amor aos nossos filhos temos temor de que o mundo fique inabitável ou algo perto disso. Por amor e por temor acreditamos (nós mães, produtoras e leitoras de Pais e Filhos) no nosso poder de transformação e agimos. E ao agir por temor e, sobretudo, por amor passamos a nos sentir confiantes (a terceira paixão aristotélica despertada a partir do *ethos*/ da imagem do orador nos textos de Pais e Filhos) de que, embora "a Terra esteja reclamando, o tempo esteja acabando" (Editorial "O planeta está esquentando...", edição 444, março de 2007), ainda é possível reverter, pelo menos em parte, o problema do aquecimento global: "Sou otimista[11]. Não por DNA. Mas por obrigação. Tenho dois filhos, um de 7 e outro de 3 anos. O que já é motivo suficiente para me sentir 100% comprometida com a falta de água, de alimentos, com o excedente populacional, o aumento da frota de veículos, o buraco na camada de ozônio, com as emissões de carbono, a reciclagem do lixo, a economia de energia e outras causas nobres" (Coluna Consumidos e Consumados, "O fim do Mundo", edição 444, março de 2007).

[11] Lembrando que, segundo Aristóteles, a confiança é a "esperança acompanhada da suposição de que os meios de salvação estão próximos".

Além disso, "para as pessoas crescerem, para que nossos filhos se tornem gente grande de um jeito bacana, fortes, inteiros, maduros e conscientes, eles precisam também ter esperança. Fé. Eles precisam acreditar. Acreditar neles, na força de mudar, na capacidade de reverter quadros de horror, inclusive, como este que nosso planeta está vivendo" (Editorial "O planeta está esquentando...", edição 444, março de 2007).

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. *A retórica das paixões*. São Paulo: Martins Fontes, 2000

DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1987

FIORIN, José Luiz. Linguagem, meios de comunicação e cidadania. In: InPLA – Intercâmbio de Pesquisa em Lingüística Aplicada. *Caderno de resumo do 14 InPLA*. São Paulo: LAEL – PUC-SP, 2004, v.1, p.1-1

FOUCAULT, Michel. *As verdades e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro: Nau Editora, 1996

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. 3.ed. São Paulo: Cortez, 2004(2003)

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Análise de Discurso* – Princípios e Procedimentos. 5.ed. Campinas: Pontes, 2003

PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs.). *Por uma Análise Automática do Discurso* – Uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 3.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2001. p. 61-162