A CRISE AMBIENTAL NO JORNALISMO DE ECONOMIA E NEGÓCIOS: DA NATUREZA DESLOCADA À FANTASIA SUSTENTÁVEL

GT14: Discurso e Comunicação

Vinicius Prates[1]
UNIP/FIAM
viniciusprates.vp@gmail.com

Resumo

O objetivo deste artigo é investigar como os dispositivos mediáticos brasileiros da era da superprodução semiótica tematizam a "sustentabilidade ambiental". O texto analisa as três principais revistas brasileiras de negócios para compreender como elas lidam com a tensão entre os discursos ambientalistas e os seus contratos de comunicação, baseados nos objetos de valor do liberal-capitalismo (o lucro, o progresso, o gozo dos produtos de luxo etc). O corpus tem 629 textos sobre meio ambiente, publicados por *Exame*, *IstoÉ Dinheiro* e *Época Negócios*. Nossa tese é que o discurso da sustentabilidade se tornou a fantasia ideológica que sustenta o liberal-capitalismo, por meio de uma inversão sintomal: no lugar mais fraco das redes de equivalência simbólica, o meio ambiente declarado em crise, os enunciadores constroem a "sustentabilidade", seu suporte fantasmático. O sistema deixa ideologicamente de ser o causador da crise ambiental no presente para tornar-se o propiciador de um mundo verde e limpo no futuro. A análise foi feita com o apoio nas teorias do discurso pós-estruturalistas.

---

[1] Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP, Brasil)e professor dos cursos de comunicação na Universidade Paulista e nas Faculdades Integradas Alcântara Machado.

Palavras-Chave: jornalismo especializado, sustentabilidade, ambientalismo, discurso, inversão sintomal.

Introdução

Nas campanhas publicitárias de cereais matinais ou de companhias petrolíferas, nas embalagens de eletrodomésticos, nas capas de jornais, numa entrevista com um cantor da moda, nas opiniões do cientista circunspecto à do mais leigo dos transeuntes, o tema do meio ambiente tornou-se presente em muitas manifestações da *máquina mediática*[2]. Esta tematização tem a importante contribuição dos textos produzidos pelos analistas simbólicos do grande capital, na forma de edição de livros e revistas institucionais, organização de encontros e seminários, publicação de belamente ilustrados "relatórios de sustentabilidade" e assim por diante. Neste contexto, o jornalismo especializado em economia e negócios, que performa como modalizador dos saberes do leitor-executivo, se coloca numa posição-chave: a de lidar com a tensão entre, por um lado, o discurso do liberal-capitalismo – base de seu *contrato de comunicação* – e, por outro, a publicação de enunciados (na forma de reportagens, notas, artigos ou editoriais) sobre a degradação ambiental provocada pelo sistema de produção e consumo.

Os veículos especializados estabelecem com seus enunciatários um contrato de comunicação, o que significa dizer que vão muito além da transmissão de informações econômicas: eles oferecem *mapas cognitivos* para o leitor pressuposto, figurado como tomador de decisões no mundo empresarial, guiando-o em direção ao sucesso profissional e à autorrealização. A modalização se dá por

[2] Expressão de Charadeau (2006).

estratégias inteligíveis e afetivas, para as quais contribuem o texto escrito, mas também as imagens, que mostram os executivos em situações euforizadas; estabelecem padrões de comportamento que vão das vestimentas às viagens de férias, da postura em reuniões de negócios ao consumo de vinhos especiais e assim por diante. Como diz Prado:

> No final do século 20, o capitalismo midiático tinha desenvolvido um sistema perito de elaboração de mapas cognitivos herdeiro das linhas fordistas da indústria cultural, constituindo uma efusiva e colorida corporação audiovisual – a identificação do consumidor-espectador se faz, por um lado, pelo inteligível, por outro, pelas estratégias afetivas, pois se trata de propor valores para diferentes posições de sujeito, por meio de contratos comunicacionais: a mídia mapeia valores e modaliza para os leitores modos de saber, fazer e ser, em diversas zonas temáticas, como a busca de sucesso, da beleza, do prazer, da felicidade e da riqueza. (Prado, 2008, mídia digital)

Se as revistas constroem um contrato de comunicação com base no discurso liberal-capitalista, significa que negociam uma *posição de sujeito* para o seu leitor pressuposto baseada nos objetos de valor do sistema de produção e consumo, criando aquilo que, com apoio em Pêcheux (2006), chamamos de “mundo semanticamente normal”. Por isso dizemos que as tematizações da crise ambiental contidas nessas revistas, criam por princípio uma situação de tensão entre os dizeres ambientalistas, muitas vezes antagonistas do discurso hegemônico, e os valores estabelecidos no contrato.

Buscando exatamente investigar como o jornalismo especializado lida com esta tensão, elaboramos uma tese de doutoramento na PUC-SP (Prates, 2013), e cujos resultados, em parte, apresentamos no presente artigo. A tese analisou como as três mais influentes revistas de economia e negócios do Brasil (*Exame*, *IstoÉ Dinheiro* e *Época Negócios*) figurativizam a crise ambiental. Para isso, foram pesquisadas publicações de todo um ano, sendo 12 números de *Negócios*, 50 de *Dinheiro* e 24 de *Exame*, nos quais encontramos 629 textos que trataram de meio ambiente.

Com base em Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (2004), analisamos os enunciados sobre meio ambiente por suas características discursivas, ou seja, como prática articulatória que organiza as relações sociais. De acordo com os autores, diferentes discursos se dispõem em posições antagônicas, em busca da hegemonia de determinado campo. Cada um deles procura suturar *elementos* dispersos transformando-os em *momentos* articulados, criando assim um *regime de verdade que articula posições de sujeito*.

> As práticas hegemônicas pressupõem um campo social atravessado por antagonismos que podem ser articulados por projetos políticos opostos. O principal objetivo dos projetos hegemônicos é construir e estabilizar os pontos nodais que formam a base de ordens sociais concretas ao articular tantos elementos disponíveis – significantes flutuantes – quanto for possível. (Howarth e Stavrakakis, 2000, p.15. Tradução nossa)

Para os autores, um determinado discurso torna-se hegemônico (ou seja, cria um *regime de verdade*) pela constituição e estabilização de *pontos nodais,* nos quais é inserido um significante que *anula diferenças* e articula *redes de equivalências*

simbólicas. Dessa maneira, onde havia disparidade (lógicas diferenciais), passa a haver uma lógica equivalencial.

Do mundo semanticamente normal à natureza deslocada

As revistas de economia e negócios criam seus contratos de comunicação com base no discurso do liberal-capitalismo em sua versão contemporânea. De acordo com Foucault (2008, p. 203) este é o discurso que traduz todas as "unidades de base" da sociedade para a "forma empresa", ou seja, ocorre uma generalização dos processos de gestão, do cálculo administrativo, o que de fato constitui o princípio da "biopolítica":

> O que é uma casa individual, senão uma empresa? O que é a gestão dessas pequenas comunidades de vizinhança, senão outras formas de empresa? Em outras palavras trata-se de generalizar, difundindo-as e multiplicando-as na medida do possível, as formas "empresa" que não devem, justamente, ser concentradas na forma nem das grandes empresas de escala nacional ou internacional, nem tampouco das grandes empresas do tipo do Estado. É essa multiplicação da forma "empresa" no interior do corpo social que constitui, a meu ver, o escopo da política neoliberal. Trata-se de fazer do mercado, da concorrência e, por conseguinte, da empresa o que poderíamos chamar de poder enformador da sociedade. (Foucault, 2008, p. 203)

De acordo com categorias de Pêcheux (2006, p. 51), pode-se dizer que as revistas especializadas em economia e negócios manipulam as significações estabilizadas

que compõem o *ethos* do liberal-capitalismo, de forma a universalizar a forma-empresa. E este discurso, do liberal-capitalismo que serve como base ao contrato de comunicação das publicações, tradicionalmente reconheceu o meio ambiente como simples "externalidade", o que equivale dizer, um horizonte infinito capaz de fornecer recursos e absorver dejetos (Leff, 2007, p. 75; Alier, 2009, p. 52). Ou seja, na linguagem de Laclau e Mouffe, o *elemento* "natureza" fora suturado na cadeia de equivalências do liberal-capitalismo como um determinado *momento*: um *locus* neutro, cuja única função era fornecer materiais e absorver dejetos.

Nas últimas décadas[3], no entanto, os discursos ambientalistas (antagonistas do discurso liberal-capitalista) vieram justamente realizar a tarefa *política*[4] de *desestabilizar* a rede de equivalências simbólicas pelo deslocamento de um de seus momentos: a "natureza", que passa então a ser significada como *limite da economia* (Cechin, 2010). Os ambientalistas lograram assim *expor a falta estrutural* do discurso hegemônico, abrindo um campo de embates para o preenchimento do significante agora esvaziado. De acordo com Howarth e Stavrakakis, a exposição da falta de um discurso hegemônico, estabilizado, deve ocorrer por um deslocamento:

> Isto pressupõe a categoria de deslocamento, que se refere ao processo pelo qual a contingência da estrutura

[3] De acordo com Enrique Leff (2007, p. 62), a "problemática ambiental" surge, nas últimas décadas do séc. 20, como uma "crise de civilização" que questiona a racionalidade econômica e tecnológica dominantes e as formas de consumo. O tema do meio ambiente como falta na totalização de um discurso, no entanto, é caudatário de uma tradição de pensamento mais antigo sobre a natureza. Segundo Merleau-Ponty (2006), a partir de Hegel ela foi descrita como "impotência em obedecer ao Conceito" (Idem, p. 80. Maiúscula do autor).

[4] No sentido em que lhe atribui Chantal Mouffe em O regresso do político (1999, p. 16-17): "A ilusão do consenso e da unanimidade, bem como os apelos ao 'antipolítico', deviam ser reconhecidos como fatais para a democracia e, por isso, abandonados. [...] A democracia encontra-se em perigo não apenas quando o consenso e a fidelidade aos valores que ela encarna são insuficientes, mas também quando a sua dinâmica combativa é travada por um aparente excesso de consenso que, normalmente, mascara uma apatia inquietante. [...] Um processo democrático saudável exige um choque vibrante de posições políticas e um conflito aberto de interesses".

> discursiva se faz visível. Este "descentramento" da estrutura através de processos sociais, tais como a extensão das relações capitalista a novas esferas da vida social, desagrega as identidades já existentes e literalmente induz a uma crise de identidade dos sujeitos. [...] Em outras palavras, se os deslocamentos rompem as identidades e discursos, eles também criam uma falta no nível dos significados estimulando novas construções discursivas, que tentam suturar a estrutura deslocada. Em suma, é a "falha" na estrutura [...] que "compele" o sujeito a agir, para rearranjar sua subjetividade. (Howarth e Stavrakakis, 2009, p. 13. Tradução nossa. Grifos dos autores)

Para os ecologistas, a "natureza" não gera sentidos como mera "externalidade" do sistema de produção e consumo: *declarada em crise*[5], ela é a representação de um *furo* ou *falta* no centro do discurso liberal-capitalista. Os ecologistas passaram afirmar que a simples continuidade do sistema de produção e consumo levaria a uma catástrofe. Como diz Carlos Walter Porto-Gonçalves:

> Do movimento ecológico parte um brado que precisa adquirir um contorno político-cultural profundo: nossa sociedade está destruindo as fontes vitais à sua própria sobrevivência. E esse brado traz em si uma das características mais especificamente humanas: a consciência da morte. Sabemos que muitos animais

[5] Destacamos aqui o verbo "declarar" para acentuar o caráter performativo da crise ambiental, conforme a Teoria dos Atos de Fala (Austin, 1975).

> deixaram de existir porque, como predadores, extinguiram suas presas... (Porto-Gonçalves, 2010, p. 99)

O discurso ecologista afirma que “nos projetamos de cabeça contra um muro” (Guillaume, 2002, p. 36), ou como diz Maffesoli (2010, p. 108), ele nos lembra “a natureza das coisas [...] a morte como o que há de originalmente violento”. De acordo ainda com Enrique Leff:

> A crise ambiental expressa um questionamento sobre a natureza da natureza e do ser no mundo, com base na flecha do tempo e na entropia vistas como leis da matéria e da vida, e da morte vista como lei limite da cultura, que constitui a ordem simbólica, do poder e do saber. (Leff, 2007, p. 194)

A morte passa a se projetar sobre a construção de riquezas, os hábitos de consumo e suas miragens de gozo. Dessa maneira, a *crise ambiental* se instaura como *ameaça a uma identidade* (Laclau, 2000, p. 43), na exata medida em que busca deslocar os anteriormente celebrados objetos de valor do discurso hegemônico.

Quando os ambientalismos expõem o *furo* no discurso, mostram que no centro da lógica de reprodução do capital há uma “mais explotação”, uma retirada excessiva de recursos que necessariamente vai encontrar seu limite. A crise ambiental é um empecilho à livre fruição dos objetos de consumo. A morte espreita neste elemento desagregado das cadeias significantes, nos carros e roupas de luxo, nos projetos de infraestrutura, a negar-lhes a completude, lembrando que mesmo o mais estabilizado dos discursos deixa escapar um resto, no qual a política entendida como antagonismo sobrevive.

Ao fazer referência aos discursos ambientalistas antagonistas, os entendemos como duas correntes específicas do campo discursivo ambientalista[6]: o *ecologismo profundo* e o *ecologismo radical*. Uma terceira corrente, o *ecologismo reformista* não se coloca como opositor aos objetos de valor do discurso liberal-capitalista, mas tenta a conciliação entre eles e os significados da crise ambiental. Dito de outra forma, os reformistas representam uma corrente reativa no campo discursivo ambientalista, surgida como forma de realocar o elemento "natureza" nas cadeias do discurso hegemônico. Procuramos resumir esta situação no gráfico abaixo:

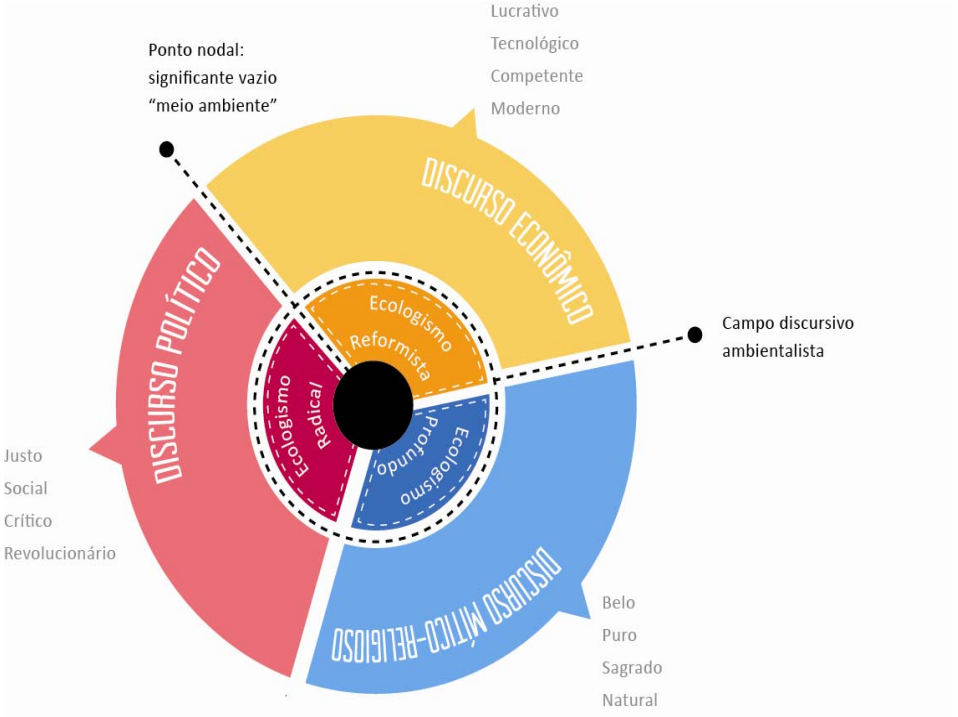

Figura 1: Campo discursivo ambientalista

[6] Seguindo entre outros Guillaume (2002) e Alier (2009), embora este último utilize variações sobre os termos.

O ecologismo profundo opera semioticamente para preencher os sentidos da "natureza" como equivalência às cadeias de significantes da "sacralidade", da "pureza", da "beleza" da "harmonia", daquilo que chamamos de "discurso mítico-religioso"; quanto ao ecologismo radical, busca-se ligar os sentidos do meio ambiente em crise à tradição política, com significantes como "justiça", "social", "crítica" e "revolução"; como dissemos, o ecologismo reformista está inserido no discurso econômico, que tende a associá-lo à cadeia da "lucratividade", "modernidade", "competência" e "tecnologia". Esta última vertente representa do ponto de vista dos enunciadores da revista o centro da ideia da "sustentabilidade" dada como mesmidade razoável e eficiente, enquanto as correntes antagonistas são postas como alteridades a serem combatidas com mais ou menos ênfase.

Mapas e estratégias

Foi possível observar entre os títulos analisados um notável equilíbrio entre as citações sobre meio ambiente. A cada mil páginas de *Exame* foram encontradas 32,3 citações; 29,8 para *Dinheiro* e 30,9 a cada mil páginas de *Negócios*. Os textos que tratam de meio ambiente analisados aparecem de maneiras bastante diversas. Em primeiro lugar, pela própria introdução do tema, que por vezes é central a narrativa da reportagem, por outras é inserido no decorrer do texto na forma de adjuvante ou antiadjuvante da temática principal. Há ainda situações nas quais ele emerge de maneira apenas pressuposta, e conta assim com o apoio do conhecimento prévio do leitor-executivo para que este o situe de maneira adequada.

As variações encontradas não se restringem à forma de inserção do tema, mas à aproximação ou afastamento do campo discursivo ambientalista. O enunciador das revistas de economia e negócios por vezes se mostra *refratário* a incorporar os significados da crise ambiental, permanecendo fiel aos objetos de valor mais

tradicionais do discurso liberal-capitalista: o leitor-executivo é modalizado a tirar proveito da “onda” ecológica. Quando o enunciador se posiciona de maneira refratária, tende a *enfatizar* as alteridades com as demais correntes do ambientalismo, marcá-lo como Outro (ridículo ou malévolo).

No entanto, é possível afirmar com base na análise que uma parte importante dos textos das revistas de economia e negócios não se reduz à posição refratária, mas gera sentidos no interior do campo discursivo ambientalista. O enunciador se mostra sensível nesses casos à crise ambiental, o que o leva inclusive a colocar algumas situações disfóricas (para em seguida propor soluções alinhadas ao ecologismo reformista). Ao contrário dos anteriores, estes textos tendem a reduzir a distância com as correntes ambientalistas antagonistas, suavizando as alteridades, estabelecendo pontos de diálogo. Assim, o enunciador aceita os pressupostos da crise ambiental, mas – é preciso realçar – em condições bastante específicas, de duas maneiras: estrategicamente reconhecendo apenas os locutores devidamente qualificados como portadores do discurso liberal-capitalista, assimilados como sujeitos da forma-empresa, para só assim aceitá-los, ou – em último caso – criticando as empresas poluidoras, mas tomando o cuidado de afastá-las da mesmidade razoável, figurativizando-as como casos isolados, excepcionais, que não comprometem o conjunto do discurso hegemônico.

Inversão sintomal

A análise das revistas mostrou uma disseminação de textos nos quais as soluções tecnológicas comparecem nas tematizações sobre meio ambiente, de maneira transversal a qualquer forma de classificação. Esta situação ocorreu 48 vezes em *Exame*, 43 em *Negócios*, e 261 em *Dinheiro* (sendo que 80 vezes na seção de notas curtas “Sustentabilidade” da revista). Isto totaliza 352 aparições, das 629 sobre meio ambiente encontradas no *corpus*, ou seja, 56% dos casos.

A inserção da solução tecnológica nas reportagens não se dá por explicações complexas, mas pela materialidade de um *gadget*, seu suporte maquínico. Esta tematização provoca um *deslizamento de sentidos*, que é a chave para o entendimento de como opera o discurso do ecologismo reformista. Explica-se: os enunciadores do ecologismo radical ou do ecologismo profundo são capazes de elaborar narrativas lineares, bem concatenadas, sobre a crise ambiental, asseverando que a "conjunção homem-natureza, diante da actância do sistema de produção e consumo, se torna disjunção natureza-homem"; enquanto isso, a resposta do reformismo se dá de maneira exatamente inversa, o que pode ser dito como "a disjunção natureza-homem, diante da actância do sistema tecnológico, se torna conjunção homem-natureza".

Mas, de que forma a inserção de simbolismos da tecnologia é capaz de provocar tal deslizamento? Por meio de uma "distorção do tempo" da narrativa: *para os ecologismos antagonistas, o capitalismo do presente revela a crise ambiental do futuro; para o reformismo, a crise ambiental do presente revela o capitalismo do futuro*. Como diz Barbrooks:

> Nas profecias sobre inteligência artificial e sociedade de informação, a ideologia é usada para distorcer o tempo. A importância de uma nova tecnologia não está no que ela pode fazer aqui e agora, mas no que os modelos mais avançados poderiam ser capazes de fazer algum dia. O presente é compreendido como o futuro embrionário e o futuro ilumina o potencial do presente. [...] O presente já contém o futuro, e esse futuro explica o presente. O que é agora é o que será um dia. (Barbrook, 2009, p. 36-37)

O efeito de sentido produzido pela tecnologia faz os objetos a ela relacionados resvalarem para um futuro (necessariamente) imaginário: “o que é agora é o que será um dia”. Há uma analogia possível entre os discursos estudados por Barbrook e o discurso da sustentabilidade, quando este tematiza os dispositivos tecnológicos como solução para a crise ambiental.

Os textos jornalísticos que trazem o tema da tecnologia associado ao meio ambiente são diversificados. Podem ter a forma de grandes reportagens, notas curtas, artigos assinados, editoriais etc. Neles, o enunciador narra a chegada de um novo produto ou serviço tecnológico, desenvolvido por tal ou qual empresa, que é por alguma razão benéfico ao meio ambiente. Esses *gadgets* são mostrados como eficientes, limpos, práticos e confiáveis – como uma solução “neutra”, alheia à confusão política, às críticas dos ecologistas, não envolvida em questões que Latour (2004) chama de “inferno do social”. Se há crise no presente, se os textos tematizam uma situação disfórica, os *gadgets* trarão a sustentabilidade no futuro. Para transformar o horror visível nas maravilhas do verde basta crer na tecnologia, materializada em equipamentos significantes de um futuro melhor.

Para exemplificar com suporte no *corpus* o que Barbrook entende por “distorção do tempo”, as reportagens sobre a indústria automobilística constituem um bom exemplo. Neste caso, uma minúscula parcela de automóveis movidos a energia elétrica promove a ressignificação de toda a cadeia produtiva deste segmento industrial. A capa da edição 46 de *Negócios* traz a imagem do executivo Carlos Ghosn, presidente da Renault-Nissan, abastecendo um carro elétrico, com o seguinte trecho em sua correspondente reportagem:

> O primeiro automóvel elétrico produzido em série do mundo é o hatchback Nissan Leaf, que começará a ser vendido nas concessionárias americanas por um valor entre US$ 17.280

> e US$ 25.280, dependendo dos incentivos concedidos por governo ou empresas. Espaçoso e eficiente, esse modelo tem tudo para fazer sucesso e virar símbolo de uma era preocupada com a sustentabilidade, como foi o Ford T, que rompeu um paradigma por ser o primeiro carro a sair de uma linha de montagem, em 1908. "Começou uma nova etapa na história dos automóveis, silenciosa e respeitadora do meio ambiente. E seremos os líderes dessa revolução da mobilidade com zero emissão", disse Ghosn no Salão do Automóvel de Paris, em outubro, quando apresentou o Leaf ao mundo. (Negócios 46, p. 102)

O carro é mostrado em uma fotografia de página dupla (pg. 102-103), ao lado de infográficos com detalhes do motor, do acabamento interno e do sistema de abastecimento. Um *box* com o título "Hatch ecológico" destaca que "Nos Estados Unidos, rodar com o Leaf custa 4,5 vezes menos do que se gasta com carro a gasolina. Com a vantagem de não poluir". Embora as vantagens ambientais do carro elétrico sejam destacadas, não há no texto menções negativas aos motores convencionais. O trecho da reportagem que narra a reestruturação da Nissan lembra que a empresa sobreviveu a uma crise produzindo motores V6 à gasolina, enquanto a Renault, sua parceira francesa, produzia os motores à diesel de mesma cilindrada. Estes motores mais poluentes do que os elétricos (informação não mencionada na reportagem) ajudaram a salvar as operações da companhia e a fizeram "dar a volta por cima".

A reportagem evidencia o modo pelo qual o enunciador articula relações aparentemente contraditórias: sancionar os benefícios dos carros elétricos e, ao mesmo tempo, euforizar a indústria automobilística tradicional. Sua estratégia é situar cada um desses tipos de veículos em um plano temporal. No presente, a

“velha e boa” produção de carros movidos a combustão interna contribui para a empresa se reestruturar, crescer e investir em novos projetos. No futuro (imaginário), os carros elétricos vão invadir o mercado[7].

Embora a produção de carros elétricos represente uma pequena parcela da indústria automobilística, justamente esta parcela é projetada como o “futuro embrionário” que explica e “ilumina o potencial do presente” (Barbrook, 2009, p. 37). A falta constitutiva da crise ambiental é tamponada por uma operação de deslizamento de sentidos – os carros “sujos” saindo das fábricas são uma etapa preparatória para o glorioso porvir de um capitalismo verde, repleto de máquinas ecologicamente limpas. Nesta operação, a “verdade” da indústria automobilística é semiotizada pelos enunciados das revistas de economia e negócios como sendo sua vocação ecológica, já contida em potência na atual fase poluidora.

Quando apontamos a importância dos *gadgets*, entedemos que suas significações “deslizam” sobre o *furo* do discurso liberal-capitalista, ou seja, o meio ambiente em crise, o tamponando. O resultado é que o enunciador consegue lidar por meio de uma *fantasia ideológica* (Žižek, 2008) com sua falta estrutural, construindo textos nos quais não é preciso mais escolher entre desenvolvimento capitalista e preservação do meio ambiente. Como diz Dryzek:

> O desenvolvimento sustentável sempre envolve uma retórica de reafirmação. Nós podemos ter tudo isso: crescimento econômico, conservação ambiental, justiça social; e não

[7] A indústria automobilística deve permanecer por muito tempo fabricando em sua maioria motores movidos a explosão interna, com previsão de 70 milhões de unidades fabricadas em 2020, sendo que até lá, afirma-se, 10% da produção será de carros elétricos (Negócios 46, p. 114). Ou seja, na melhor das hipóteses, a cada ano seriam fabricados novos 63 milhões de carros poluentes no planeta, o que sem dúvida traria contribuições expressivas para o agravamento da crise ambiental. Enquanto isso, em 2013, três anos após publicada a reportagem citada, havia apenas 70 carros elétricos circulando no Brasil, sendo que 68 deles pertencentes a empresas (Associação Brasileira do Veículo Elétrico, 2013).

> apenas neste momento, mas perpetuamente. Nenhuma mudança dolorosa é necessária. Esta retórica afirmativa está longe das imagens de catástrofe e redenção encontradas no sobreviventismo, ou nas histórias de terror adoradas pelos racionalistas econômicos. (Dryzek, 2005, p. 157. Tradução Nossa. Grifo do autor.)

Os inúmeros enunciados das revistas de economia e negócios contribuem para produzir aquilo que poderíamos chamar de "futuro imaginário sustentável": quando os enunciadores do discurso liberal-capitalista descrevem uma imagem do futuro, o que se vê é um mundo sem contradições, sonhado como plenitude como ocorre com as utopias (Sfez, 1996) – repleto de máquinas e equipamentos que intermedeiam a relação entre humanos e natureza. As falhas na cadeia de significados desaparecem no momento em que as tecnologias imaginadas garantem a conciliação entre a prosperidade capitalista e a preservação ambiental.

Se Barbrook fala da inversão entre presente e futuro, Žižek fala em "inversão sintomal"[8], com base nas ambiguidades do conceito de "ideologia". Para o autor esloveno, há um tipo de "ideologia", pode-se assim dizer, "estratégica", como "conjunto de ideias" reconhecidas pelo próprio enunciador (Žižek, 1999a, p. 15). Os textos, nesses casos, sabem da existência de alteridades, posicionando-se de modo consciente nos embates pela hegemonia do campo discursivo. Mas, vejamos que outro entendimento possível do termo "ideologia", ainda de acordo com Žižek (1999a, p. 15), é "[...] o campo mais fugidio, a ideologia 'espontânea' que atua no cerne da própria 'realidade' social". Dito de outra maneira, uma forma

[8] De acordo com Savoj Žižek, Marx "inventa o sintoma" com esta acepção na medida em que o identifica com a negação interna de um princípio universal. Este sintoma será ao mesmo tempo heterogêneo ao universal no qual está inserido e necessário para o seu funcionamento discursivo, como explica o autor (Žižek, 1999b, p. 306).

não-argumentativa, não-estratégica de “ideologia” (que o autor chama de seu nível zero) consiste em “[...] (des)apreender uma formação discursiva como fato extradiscursivo” (Idem, p. 16).

Se, por um lado, a sustentabilidade se manifesta como a “ideologia do complexo de ideias”, embatendo-se no campo discursivo do ambientalismo com os ecologismos antagonistas em polêmicas, por outro lado uma parte considerável do *corpus* de análise apresenta o tema de maneira diversa, como uma série de dispositivos tecnológicos dados como soluções “autoevidentes”, sendo significados de maneira “espontânea”, sem que o enunciador reconheça a si mesmo como parte de um campo discursivo conflituoso.

A contingência da estrutura discursiva hegemônica se fez visível quando os ambientalismos antagonistas expuseram a *falta* no nível dos significados, instando-o a reagir com uma nova organização das cadeias significantes. E, justamente, a ideia de inversão sintomal descrita por Žižek (1999b) ocorre desta maneira: no lugar do furo deixado à mostra, só é possível ver – como seu avesso positivado – as soluções ambientais tecnológicas apontando para um futuro verde. Justamente onde os antagonismos haviam feito visível o furo, emerge a ideologia que refaz o regime semiótico de verdade do liberal-capitalismo; ali no ponto mais fraco da estrutura, a “sustentabilidade” constitui sua força. Para escalonar o elemento disfuncional ‘meio ambiente’ nas cadeias significantes do discurso foi preciso mais do que um mero arranjo, mas a sua instituição como *momento* privilegiado, seu ponto nodal.

Conclusões

Lembramos, ainda com Žižek (1999b, p. 330), que o capitalismo muda sempre para permanecer o mesmo. As revistas de economia e negócios brasileiras, como

modalizadoras dos saberes do leitor-executivo, de fato produzem enunciados no campo discursivo ambientalista, não os reduzindo, como vimos, àquelas posições refratárias ao tema. Ou seja, há um discurso produzido pelo jornalismo especializado que legitimamente gera sentidos sobre o meio ambiente a partir de sua crise. No entanto, propomos que a chamada "sustentabilidade" não é um mero tema entre outros no mundo dos negócios – tornou-se o próprio *suporte fantasmático* (Žižek, 2008) do discurso hegemônico.

A insistência com a qual a máquina midiática aborda o tema é indicial deste fenômeno. Se o pós-estruturalismo fala em "suturar" as cadeias de equivalência simbólica, seria possível também pensar em "saturar", dada sua disseminação: para usar uma metáfora do próprio ecologismo, num processo de "eutrofização[9] semiótica". Mas, ainda mais do que isto, o sintoma mais evidente da importância estruturante da "sustentabilidade" no discurso hegemônico está no fato de que os enunciadores do liberal-capitalismo só conseguem projetar o seu próprio futuro, sonhar consigo mesmos, tematizando o fim da crise ambiental pelo uso da tecnologia. Ou seja, a fantasia de completude que define a *imagem de si* (Amossy et. al., 2005) das revistas depende do tamponamento do furo deixado à mostra pelos antagonismos com a simbolização de um *gadget* redentor.

A sustentabilidade se mostra como avesso positivado do furo, erigido como *ponto nodal*. Lidar com a crise ambiental, do ponto de vista dos enunciadores, é muito mais do que promover um pequeno ajuste nos textos. Para que o *elemento* flutuante, *traumático*, da crise ambiental, se instaure como *momento*, a crise deve ser invertida, positivada na forma da "sustentabilidade". Dessa forma, o capitalismo constitui um novo *ethos* no presente, por ser o sistema que vai garantir em algum momento uma relação pacífica com a natureza. Sobre a *falha* que

[9] Os ecólogos chamam de "eutrofização" a redução de oxigênio em determinado meio aquático pelo excesso da própria matéria orgânica.

habita justamente o centro do sistema de produção e consumo, o discurso hegemônico funda sua *fantasia ideológica,* promovendo imaginariamente o fim dos possíveis focos de tensão.

Dito com os exemplos do *corpus*, o lixo tóxico, a fumaça negra, as manchas de petróleo são significadas como contingenciais na medida em que a sustentabilidade cria para o capitalismo um futuro verde, limpo, puro, mostrado como sua *verdade*. Ou seja, a partir do ponto nodal da sustentabilidade, o discurso liberal-capitalista realinha suas longas cadeias de significações, dando a cada objeto de valor (desde que mostrado como “moderno”, “tecnológico”) os sentidos redentores da ecologia: suporte fantasmático para o gozo no sistema de produção e consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alier, J. M. (2009). *O Ecologismo dos pobres: conflitos ambientais e linguagens de valoração*. São Paulo: Contexto.

Amossy, R. (2005) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto.

Associação Brasileira de Veículos Elétricos (2013). *Utilização de carros elétricos cresce lentamente no Brasil.* Rio de Janeiro: ABVE. Pesquisa realizada em 05/03/2013. Disponível em: <http://www.abve.org.br/destaques/2013/destaque13004.asp>.

Austin, J. L. (1975). *How to do things with words*. Cambridge: Harvard University Press.

Barbrook, R. (2009). *Futuros imaginários: das máquinas pensantes à aldeia global.* São Paulo: Peirópolis.

Cechin, A. (2010). *A natureza como limite da economia: a contribuição de Nicholas Georgescu-Roegen*. São Paulo: Senac; Edusp.

Charaudeau, P. (2006). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.

Drizek, J. (2005). *The Politics of the Earth: environmental discourses*. (2ª ed.) Nova Iorque: Oxford University Press.

Foucault, M. (2008). *O nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes.

Guillaume, M. (2002). *Virus vert: entretiens avec Isabelle Bourbo*ulon. Paris: Descartes & Cie.

Howarth, D., & Stavrakakis, Y. (2000). Introducing discourse theory and political analysis. In: Howarth, D., Norval, A., & Stavrakakis, Y. *Discourse Theory and Political Analysis: identities, hegemonies and social chan*ge. Nova Iorque: Manchester U.P.

Laclau, E. (2000). *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*. Buenos Aires: Nueva visión.

Laclau, E., & Mouffe, Ch. (2004). *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. (2ª ed.) Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Latour, B. (2004). *Política da natureza: como fazer ciência na democracia*. Bauru: Edusc.

Leff, E. (2007). *Epistemologia ambiental.* (4ª ed. revista). São Paulo: Cortez.

Maffesoli, M. (2010). *Saturação.* São Paulo: Iluminuras.

Merleau-Ponty, M. (2006). *A natureza*. São Paulo: Martins Fontes.

Mouffe, Ch. (1996). *O regresso do político*. Lisboa.

Pêcheux, M. (2006). *O discurso: estrutura ou acontecimento.* (4ª ed). Campinas (SP): Pontes.

Porto-Gonçalves, C. W (2010). *Os (des)caminhos do meio ambiente*. São Paulo: Contexto.

Prado, J. L.A. et al. (2008) *A invenção do Mesmo e do Outro na mídia semanal*. DVD Hipermídia. São Paulo: PUC-SP.

Prates, V. (2013). *A natureza deslocada: construção dos sentidos da sustentabilidade nas revistas de economia e negócios Exame, Época Negócios e IstoÉ Dinheiro*. Tese de Doutorado. PUC-SP.

Žižek, S. (2008). *The plague of fantasies*. Londres: Verso.

Žižek, S. (1999a) O espectro da Ideologia. In: *Um mapa da ideologia*. Žižek, Slavoj et al. Rio de Janeiro: Contraponto.

Žižek, S.. (1999b) Como Marx inventou o sintoma? In: *Um mapa da ideologia*. Žižek, Slavoj et al. Rio de Janeiro: Contraponto.