

## Consumo consciente e autorresponsabilização: uma leitura discursiva de propagandas sobre a crise ecológica

Conscious consumption and self-responsibility: a discursive reading of advertisements about the ecological crisis

Matheus da Silva Medeiros

Universidade Estadual de Campinas

### RESUMO

Neste artigo, filiados ao quadro teórico, metodológico e político da Análise do Discurso desenvolvida por Michel Pêcheux, pretendemos investigar o modo como a discursividade da autorresponsabilização e do consumo consciente se materializam na formulação de determinadas políticas de preservação ambiental, levando em conta o fato de que são produzidas em sociedades dominadas pelo modo de produção capitalista. Para isso, analisamos a peça publicitária americana *The Crying Indian*, de 1971, e a campanha do consumo consciente elaborada pelo governo federal brasileiro em 2021. Nesse percurso, observamos como os dizeres que imputam a responsabilidade da crise ecológica a todas as pessoas apagam o funcionamento da estrutura capitalista e de suas contradições, contribuindo para a manutenção das relações de produção e significando eventos relacionados à crise climática como naturais e evidentes.

### PALAVRAS-CHAVE

Análise do Discurso; Ideologia; Consumo consciente; Capitalismo.

### ABSTRACT

This article, based on the theoretical, methodological and political framework of Discourse Analysis carried out by Michel Pêcheux, intends to investigate how the discursivity of self-responsibility and conscious consumption are closely articulated in policies for protecting the environment in societies governed by the capitalist method of production. For this purpose, we analyzed the advertising pieces *The Crying Indian*, made in 1971, and the conscious consumption campaign, made by the Brazilian federal government in 2021. Therefore, we observed how the discourses that make all people responsible for the ecological crisis dissimulate the functioning of the capitalist structure and its contradictions, thus contributing to reproduce the relations of production and signify climatical crisis events as

**Matheus da Silva Medeiros**

Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Linguística do Instituto de Estudos da Linguagem (IEL) da Unicamp, Mestre em Linguística e Licenciado em Letras (Português) pela mesma instituição, onde realiza estudos que interseccionam a Análise do Discurso e a História das Ideias Linguísticas. Membro do grupo de pesquisa CoLHIBri (O Cotidiano na História das Ideias Linguísticas). <https://orcid.org/0000-0002-8356-9379>

Recebido em:  
12/10/2022

Aceito em:  
07/05/2023

MAI / JUL 2023  
ISSN 2317-9945 (ON-LINE)  
ISSN 0103-6858  
P. 95-110

natural.

## KEYWORDS

Discourse analysis; Ideology; Conscious consumption; Capitalism.

## 1. Introdução

Este trabalho, filiado à Análise do Discurso materialista desenvolvida por Michel Pêcheux, visa ao estudo do funcionamento discursivo da autorresponsabilização em um recorte de políticas de preservação ambiental, buscando ainda observar como elas permitem capturar certos modos de discursivização da emergência climática em sociedades capitalistas como a brasileira e a estadunidense. Como sujeito-pesquisador, me vejo tocado pelas consequências nefastas de uma perspectiva de desenvolvimento econômico que se realizaria *ad infinitum*, o que me conduz, assim, ao desenvolvimento deste artigo. Diante dos conflitos instaurados no interior da ordem dominante capitalista, ela se movimenta; e nessa direção, políticas públicas e privadas de preservação ambiental emergem em meio às tensas relações de força, materializando os múltiplos anseios, permanências, denúncias e ausências que se emaranham na complexidade da tessitura discursiva.

De início, é importante delimitar o que compreendemos como o discurso da (auto)rresponsabilização, tomado por nós como um dos discursos dominantes da nossa época. Trata-se de uma delimitação necessária para a pesquisa, mas que não deve ser compreendida como a única maneira possível de se olhar para tal objeto. Da nossa perspectiva, o irrompimento considerável de atividades de *coaching* e *mentoring* no espaço virtual, assim como o grande sucesso da literatura de autoajuda no cenário nacional, não deixa dúvidas de que o discurso da autorresponsabilização está na ordem do dia. Em sua lógica, sob o apagamento da história, do político e do ideológico, apresenta-se um sujeito livre e no comando do próprio destino, sem quaisquer determinações, amarras, cisões. Dono de si. O discurso da autorresponsabilização é propalado em programas desenvolvidos em escolas, em *workshops*, nos *stories* de *influencers* no Instagram e em cursos de educação financeira e de empreendedorismo, assim como atravessa o debate sobre a elaboração de políticas públicas no Brasil. Afinal, se o sujeito é dono de si e responsável por si mesmo, dissimula-se a estrutura-funcionamento da formação social capitalista, com suas divisões e hierarquizações que produzem a miséria, a pobreza e a assimétrica exposição à morte. Pelo viés dessa dissimulação, o sujeito é responsabilizado pelo que ele nunca teve acesso e pela corrosão das possibilidades de viver bem. A distribuição desigual de recursos que possibilitam que a vida seja vivível é transformada em fracasso individual e descolada do funcionamento da ordem capitalista. Como não se lembrar de uma *influencer* (entre tantas outras) que disse que as pessoas apenas são pobres porque querem?<sup>1</sup>

Diante disso, nos interessa investigar como o discurso da autorrespon-

---

1 “Não é culpa do governo, não é culpa de ninguém. Cada um escolhe. Cada um colhe o que planta. Não tem isso de vítima. Me deu vontade de falar para ela, se você está vivendo na escassez é porque você quer”, disse a influenciadora. Para acessar a fonte: <<https://www.uol.com.br/universa/colunas/nina-lemos/2022/03/25/coach-diz-que-pedinte-escolheu-viver-na-miseria-qual-o-limite-dessa-gente.htm>> Acesso em: 11 out. 2022.

sabilização e as políticas de preservação ambiental na sociedade capitalista se articulam, produzindo sentidos para o discurso do consumo consciente. Em um primeiro momento, nos deteremos sobre o quadro teórico, metodológico e político da Análise do Discurso a que nos filiamos, em diálogo com os estudos de Wendy Brown (2019) e Judith Butler (2018), com o objetivo de construir a nossa contribuição para a compreensão da relação entre discurso, ideologia e neoliberalismo. Posteriormente, analisaremos anúncios que têm como foco questões relacionadas ao meio ambiente: a peça publicitária estadunidense *The Crying Indian*, de 1971; e a campanha sobre consumo consciente, de 2021. Pretendemos analisar o funcionamento discursivo das evidências de uma formação ideológica dominante capitalista, o que nos permitirá também contrastar modos de discursivizar a questão ambiental em formações sociais e momentos históricos distintos. Trata-se de um recorte pequeno e restrito, e lembrando a nossa perspectiva teórica, afirmamos que nossa pesquisa não tem a intenção de abarcar a totalidade dos processos discursivos em funcionamento na relação entre o discurso da autorresponsabilização e o do consumo consciente.

## 2. Discurso, neoliberalismo e autorresponsabilização

Uma primeira observação que diz respeito ao quadro teórico, metodológico e político da Análise do Discurso é que o conceito de “formação ideológica” (doravante FI) é definido como um “conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem ‘individuais’ e nem ‘universais’, mas que se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classes em conflito umas em relação às outras” (HAROCHE; PÊCHEUX; HENRY, 1997b, p. 33-4). Nessa perspectiva, o sentido de uma palavra não existe em si mesmo, mas desliza conforme “as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às formações ideológicas” (PÊCHEUX, 2014, p. 146-7).

Ou seja, no tenso movimento dos sentidos, relacionado ao estado da luta de classes de uma determinada formação social, a deriva significativa está sempre no horizonte: os sentidos podem se deslocar, emaranhar e contradizer. Podem se filiar ou se descolar de uma determinada FI e até mesmo serem atravessados contraditoriamente por outras FIs, não havendo, por isso, univocidade linguística ou discursiva. Como Gadet e Pêcheux (2004), falamos sobre a língua levando em conta que as contradições históricas a desestabilizam; por isso, há equívoco.

Ao longo deste trabalho, investigaremos o discurso da autorresponsabilização em relação aos efeitos de uma formação ideológica dominante capitalista, de forma atenta aos deslocamentos de sentido e ao fato de que a discursividade da autorresponsabilização não é coesa ou homogênea. Compreendemos que a mencionada FI dominante comporta dentro de si múltiplas e diferentes discursividades em relações de aliança/confronto/concorrência, complexidade da qual não se pode escapar. O discurso da autorresponsabilização deve, assim, ser relacionado às suas “condições de produção”, isto é, à conjuntura histórico-ideológica que permite a sua formulação e atualização, a partir do funcionamento do interdiscurso como

memória do dizer: “algo fala antes, em outro lugar e independentemente, isto é, sob a dominação do complexo das formações ideológicas” (PÊ-CHEUX, 2014, p. 149). Assim, a exterioridade é constitutiva e intervém na materialidade sob a forma dos já-ditos que determinam o dizer.

Os acontecimentos, para nós, têm uma materialidade histórica que se inscreve na língua, fazendo nela intervir a história e a ideologia, com os atravessamentos pelas contradições próprias de uma formação social capitalista. Nesse sentido, os trajetos dos sentidos podem ser imprevisíveis, mas nunca aleatórios, pois nutrem uma relação constitutiva com a materialidade histórica dos acontecimentos, tornando os processos de significação instáveis, nunca acabados, sempre em processo.

Uma segunda observação traz à baila a questão do sujeito. De acordo com Orlandi (2015), a constituição do sujeito se realiza em dois momentos: primeiro, em uma interpelação do indivíduo em sujeito pela ideologia, o que se realiza de acordo com a forma histórica da sociedade (em nosso caso, capitalista); em um segundo momento, o sujeito é individuado pelo Estado e por suas instituições, em processos de identificação que o dividem e localizam, constituindo-o ainda como sujeito responsável, com direitos e deveres e livre circulação social. Dessa perspectiva, alterações na forma histórica da sociedade transformam os modos de constituição do sujeito, e trabalhamos com a hipótese de que as mutações do capitalismo nas últimas décadas para a sua forma predominantemente neoliberal e globalizada, com a amplificação da desregulamentação do Mercado, provocariam transformações político-econômicas que incidem sobre a relação do sujeito com o Estado, afetando a forma-sujeito de nossa época<sup>2</sup>. Na contemporaneidade, o marketing e a publicidade são inseparáveis da vida cotidiana, em sua estreita relação com a autorresponsabilização, razão pela qual tomamos as peças publicitárias como objeto de análise neste artigo. Elas produzem evidências que constituem o assujeitamento à ideologia capitalista-neoliberal que, especialmente após 1990, domina a relação com o Estado e com o Mercado.

Embora situada em outro lugar teórico, a filósofa e cientista política W. Brown (2019) pode contribuir para uma primeira delimitação relativa ao que se entende por “neoliberalismo” e ao seu funcionamento como ideologia capitalista dominante. A autora enfatiza que há uma multiplicidade de formas por meio das quais o neoliberalismo pode se apresentar, mas mesmo que ele tenha algo de amorfo, ela observa que as políticas neoliberais são mais comumente associadas a planos de ajuste estrutural e privatização de propriedades e serviços públicos, flexibilização de leis trabalhistas e estabelecimento de tarifas amigáveis para investidores estrangeiros, tornando o trabalho mais precário e o mercado ainda mais desregulamentado, em favor do capital. Um dos aspectos centrais na obra da autora é como o neoliberalismo torna o terreno mais fértil para processos de desdemocratização a partir dos assaltos às condições de trabalho, ao salário, aos serviços públicos e aos direitos sociais. Da nossa leitura, é em relação a essa conjuntura que o discurso da autorresponsabilização deve ser interpretado, não porque

---

2 Sobre essa discussão, recomendo a leitura de Payer (2005) e da tese de doutorado de Luciana Nogueira (2015).

a FI neoliberal tenha criado a noção de autorresponsabilização - ela é anterior ao neoliberalismo, como mostra a peça *The Crying Indian*, e pode, inclusive, ter outros sentidos a partir da inscrição em outras FIs e do contato com outras discursividades -, mas porque a produção de discursos sobre as questões sócio-políticas das nossas sociedades é frequentemente orientada por essa ideologia, imputando aos sujeitos individuados a responsabilidade por sua própria “precariedade” (BUTLER, 2018). Lembramos aqui as palavras de J. Butler (2018) sobre a conjuntura capitalista-neoliberal, na qual

cada um de nós é responsável apenas por si mesmo, e não pelos outros, e essa responsabilidade é principalmente e acima de tudo uma responsabilidade por nos tornarmos economicamente autossuficientes em condições em que a autossuficiência está estruturalmente comprometida (BUTLER, 2018, p. 32).

À medida que a economia neoliberal determina os modos de administrar as instituições e serviços públicos pela limitação de acesso a eles, ainda que isso não se dê sem resistência, a questão posta por J. Butler é como instituições governamentais e econômicas distribuem desigualmente a precariedade, induzida social e economicamente, de maneira que os sujeitos devam ser responsáveis e autossuficientes, ainda que não tenham as condições para fazê-lo.

Em uma possível aliança entre os trabalhos de W. Brown e J. Butler com a nossa filiação teórica, compreendemos que o discurso de autorresponsabilização inscrito em uma FI capitalista-neoliberal produz a ilusão de que o sujeito é responsável por si mesmo e por sua própria vida, quando ela, em realidade, é determinada pelo conjunto das forças políticas e econômicas capitalistas, dissimuladas pelo efeito da evidência ideológica. Nessa direção, pretendemos analisar a circulação de propagandas capitalistas que tratam da crise ambiental, veiculadas como peças publicitárias, com um olhar crítico para o funcionamento da evidência ideológica de que, aconteça o que acontecer, os sujeitos são responsáveis, e o desenvolvimento econômico e capitalista, da forma como atualmente se realiza, continuará.

### 3. Um próspero matrimônio: autorresponsabilização e consumo consciente

Desta seção em diante, lançamos um olhar analítico para duas peças publicitárias de temática ambiental amplamente divulgadas em emissoras de televisão e desenvolvidas em circunstâncias históricas e ideológicas distintas: a primeira, em 1971, nos Estados Unidos; e a segunda, em 2021, no Brasil. Tomamos essas peças como observatórios de uma determinada maneira de significar as questões socioambientais que continua produzindo sentidos atualmente e está relacionada a uma organização histórica das sociedades capitalistas, estruturadas em torno da maximização do lucro e da responsabilização das massas pelas crises produzidas pelo sistema. O gesto analítico de entrada em nossos objetos de análise se dá por meio da noção de “recorte”, compreendido como fragmento de uma situação discursiva (ORLANDI, 1984) e efetuados em relação às perguntas e objetivos da investigação. Os

recortes ilustram, assim, um entre outros percursos de sentidos que um determinado texto permite vislumbrar.

A primeira peça<sup>3</sup> circulou nos Estados Unidos na década de 1970 e tornou-se um marco no país, conhecida popularmente pelo nome *The Crying Indian* (em tradução para o português, “O índio que chora”<sup>4</sup>). Ela foi produzida pela organização *Keep America Beautiful*, uma organização sem fins lucrativos já definida pelo filósofo francês Grégoire Chamayou, em seu livro *A sociedade ingovernável*, como um “consórcio de industriais de bebidas e de embalagens, entre os quais a Coca-Cola e a American Can Corporation” (CHAMAYOU, 2020, p. 291). De acordo com o autor, a *Keep America Beautiful* surgiu em um momento histórico em que as empresas começavam a ser cobradas e legalmente responsabilizadas pela criação de um sistema de recolhimento dos cascos de seus produtos, em 1953. Isso aconteceu após as empresas terem abandonado as garrafas de vidro reutilizáveis, substituindo-as por embalagens descartáveis, como as latinhas, o que diminuía os custos empresariais com coleta e engarrafadores locais, ainda que isso também tivesse como efeito o aumento da produção de lixo. Na década anterior à produção da campanha *The Crying Indian*, a *Keep America Beautiful* realizava anúncios em que uma menina de vestido branco chamada Susan Spotless<sup>5</sup> repreendia seus pais sempre que estes jogavam lixo no chão. Na análise de Chamayou, esses anúncios visavam à redistribuição de responsabilidades, pois, “com o problema reformulado como resultante de desvios de conduta, a solução era óbvia: ela viria de um trabalho de reeducação moral. Bastaria que todos adotassem individualmente boas maneiras ambientais para acabar com a poluição” (CHAMAYOU, 2020, p. 295).

Dessa forma, torna-se interessante para nós observar como um discurso sobre a autorresponsabilização dos sujeitos em se tratando de problemas ambientais vai sendo gestado e formulado uma década antes da ascensão dos primeiros governos considerados neoliberais, quando ele se dissemina mais acentuadamente para outras esferas da vida cotidiana.

Em *The Crying Indian*, o ator Iron Eyes Cody, que costumeiramente interpretava nativos americanos nas produções hollywoodianas, é um homem indígena, que navega em águas que vão se tornando cada vez mais poluídas. Enquanto ele navega, a câmera mostra o cenário de poluição industrial, visível no entorno das águas. Por volta dos trinta segundos do anúncio, o indígena desembarca em terra firme e caminha pela faixa litorânea também poluída, próxima a uma avenida movimentada, ao mesmo tempo em que um narrador diz:

---

3 O vídeo da campanha *The Crying Indian* está disponível para visualização em: <[https://www.youtube.com/watch?v=9Dmtkxm9yQY&ab\\_channel=chuckcollins](https://www.youtube.com/watch?v=9Dmtkxm9yQY&ab_channel=chuckcollins)> Acesso em 05 mar. 2022.

4 É importante observar que “Indian”, em inglês, pode dizer respeito tanto aos povos originários americanos quanto àqueles nascidos na Índia, razão pela qual os movimentos sociais de nativos americanos recusam o termo. De maneira a preservar os conflitos discursivos em torno das maneiras de dizer o outro e dizer sobre si em diferentes línguas, optamos por traduzir “Indian” para “índio”, que, no português brasileiro, é uma palavra que também recebe críticas de movimentos sociais.

5 Um desses anúncios pode ser visualizado no link a seguir: <[https://www.youtube.com/watch?v=BCnGP-ktrQ&ab\\_channel=KeepAmericaBeautiful](https://www.youtube.com/watch?v=BCnGP-ktrQ&ab_channel=KeepAmericaBeautiful)> Acesso em: 09 mar. 2022.

Recorte 1: Some people have a deep, abiding respect for the natural beauty that was once this country. And some people don't.

Quando o narrador diz “and some people don't”, alguém dentro de um carro que passava atira uma sacola de lixo aos pés do homem indígena, que apenas observa o lixo se espalhar ao seu redor. No momento em que se segue, a câmera aproxima-se de seu rosto, em que uma lágrima surge. Os últimos dizeres do narrador encerram o anúncio:

Recorte 2: People start pollution. People can stop it.

Nosso primeiro gesto de análise se detém sobre a divisão realizada no primeiro recorte entre “some people have a deep, abiding respect for the natural beauty that was once this country” e “some people don't”, em que se separa “as pessoas” (no original, “people”) entre (1) aquelas que têm respeito e (2) aquelas que não têm respeito, um primeiro e um segundo grupo. Já se antevê a partir de um nome como “respeito” como a discussão ambiental é deslocada para outra sobre conduta moral e comportamento individual. Mas quem são “as pessoas”, esse grupo certamente nada homogêneo?

No encadeamento discursivo das imagens e da fala do narrador no anúncio, é o indígena que é focalizado pela câmera quando se diz “some people have a deep, abiding respect for the natural beauty that was once this country”. Isso conduz o sujeito-leitor à compreensão de que o indígena, que chora diante de toda a poluição e do carro de onde se atira uma sacola de lixo, representa o primeiro grupo de pessoas, que possuem “profundo e duradouro respeito pela beleza natural do país”. Essa beleza natural é significada como algo que já se perdeu, que não existe mais, ao passo que o segundo grupo de pessoas é significado também a partir de uma ausência: não se mostram homens ou mulheres, mas uma grande quantidade de indústrias, um sem-número de carros que transitam pela rodovia e braços que atiram o próprio lixo pela janela.

Nesse rastro de sentidos que percorremos, vai sendo criada uma dicotomização, em que um grupo majoritário é significado ao lado das indústrias e da poluição, e o indígena é significado ao lado da natureza perdida, pela qual ele tem profundo e duradouro respeito. Nessa direção, o indígena é significado também *como* natureza: suas lágrimas são também o pranto da natureza violentada. O indígena solitário, assim, materializa-se como uma sobra, fragmento de uma beleza natural que ficou no passado. Percebe-se o funcionamento de uma ilusão de que os outros homens (não indígenas) estão fora e para além da natureza, sob o efeito de uma distinção entre homem/natureza. A lágrima do indígena é o pranto de uma natureza degradada, e não dos homens inseridos nela, pois estes seguem tranquilamente a viagem de dentro de seus carros, objetos-símbolos de poder de consumo.

Essa dicotomização homem/natureza também é observada por Mariza V. da Silva e Claudia C. Pfeiffer (2014) em trabalho que analisa como se dá a construção de sentidos para a relação entre homem e meio ambiente em cartilhas temáticas. Na cartilha chamada “Cartilha Ilustrada sobre Eco-

nomia Verde, Desenvolvimento Sustentável e Erradicação da Pobreza”, as autoras analisam uma imagem em que há uma árvore, com traços humanos (olhos e boca em uma expressão de tristeza) e as folhas da copa formando os dizeres “S.O.S”. Silva e Pfeiffer frisam como a direção discursiva “a natureza pede socorro”/ “a natureza está sozinha” é própria das discussões em torno do meio ambiente e das crises climáticas. No anúncio que analisamos, é o indígena, como metáfora da natureza, quem chora e está sozinho. Essa direção discursiva está relacionada (1) às circunstâncias políticas e econômicas em que emerge um discurso ecológico que afirma a necessidade de salvar o meio ambiente – como se a humanidade fosse externa a ele – e (2) à interpelação dos sujeitos em nosso tempo pela ideologia capitalista, que constitui os sujeitos-responsáveis e atua na direção da reprodução das relações de produção. Essa dicotomização homem/natureza também é observada por Mariza V. da Silva e Claudia C. Pfeiffer (2014) em trabalho que analisa como se dá a construção de sentidos para a relação entre homem e meio ambiente em cartilhas temáticas. Na cartilha chamada *Cartilha Ilustrada sobre Economia Verde, Desenvolvimento Sustentável e Erradicação da Pobreza*, as autoras analisam uma imagem em que há uma árvore, com traços humanos (olhos e boca em uma expressão de tristeza) e as folhas da copa formando os dizeres “S.O.S”. Silva e Pfeiffer frisam como a direção discursiva “a natureza pede socorro”/ “a natureza está sozinha” é própria das discussões em torno do meio ambiente e das crises climáticas. No anúncio que analisamos, é o indígena, como metáfora da natureza, quem chora e está sozinho. Essa direção discursiva está relacionada (1) às circunstâncias políticas e econômicas em que emerge um discurso ecológico que afirma a necessidade de salvar o meio ambiente – como se a humanidade fosse externa a ele – e (2) à interpelação dos sujeitos em nosso tempo pela ideologia capitalista, que constitui os *sujeitos-responsáveis* e atua na direção da reprodução das relações de produção.

Para observar isso, lançamos nosso olhar para o segundo recorte: “People start pollution. People can stop it”. Se, no primeiro recorte, havia uma divisão entre “pessoas que se importam” e “pessoas que não se importam” com a natureza, o que há no segundo recorte é uma generalização a partir de “pessoas”, na medida em que se imputa a elas a responsabilidade pela poluição e também por pará-la. Para analisar esse recorte, é preciso questionar os efeitos de evidência produzidos pela imputação de responsabilidade às pessoas em geral, o que tem como efeito o apagamento do político e a dissimulação das relações estratificadas entre classes. Isso se dá a partir de um processo de individuação dos sujeitos – que são sujeitos *responsáveis* – que também é observado por Silva e Pfeiffer (2014):

Nesse processo de individuação do sujeito, [...] todos devem ocupar a posição sujeito de consumidor consciente, um lugar definido em uma determinada formação social. Temos, pois, uma discursividade funcionando em que estão apagadas “as dissimetrias e dissimilaridades entre os agentes do sistema de produção” (Henry, 1990), o que não se dá de forma explícita, uma vez que o processo pelo qual o sujeito é colocado em tal lugar – consumidor consciente – é apagado (SILVA; PFEIFFER, 2014, p. 95).

Em consonância com as autoras, propomos chamar de *discurso do con-*

*sumo consciente* – entendendo-o como atravessado e constituído pelos dizeres da autorresponsabilização – essa maneira de significar a relação da humanidade com o meio ambiente, em que se responsabilizam os sujeitos individualmente pela construção de ações que visem à proteção da natureza (da qual eles não fariam parte), como se os sujeitos pudessem sempre fazer escolhas: eles poderiam, assim, escolher não poluir; escolher mudar os seus hábitos; escolher comprar produtos de fontes menos poluentes; enfim, em uma enumeração de ações que são constituídas na ilusão de que os sujeitos escolhem como podem e querem viver, como se a sua realidade não fosse determinada por condições materiais de existência relacionadas ao funcionamento contraditório do social, do político e do econômico na formação social em que vivem. Isso significa dizer que, por diferentes razões, os sujeitos nem sempre podem escolher mudar seus hábitos e que isso não lhes é plenamente acessível.

Jogamos luz, assim, para a observação de que a própria maneira como as propostas de ação que tomam os sujeitos como responsáveis são formuladas está relacionada ao funcionamento ideológico do *discurso do consumo consciente* e dos lugares em que ele é produzido. Sob o efeito da ideologia dominante capitalista, não há questionamento do modo de produção vigente, da distribuição desigual dos recursos materiais ou da relação construída com a terra, e tudo se passa como se bastasse que as pessoas mudassem a conduta para que a poluição ambiental fosse interrompida. Se a poluição não parar, é porque as pessoas não mudaram, já que elas são responsáveis. As indústrias que abandonaram o vidro reutilizável, realizaram a transição da embalagem de seus produtos para as latinhas descartáveis e, com isso, maximizaram os lucros não são responsabilizadas fora desse conjunto genérico de “pessoas” conclamadas a uma mudança de atitude.

É nessa direção que observamos o funcionamento da produção e circulação do discurso do consumo consciente em relação à tensão entre produção-transformação das relações de produção capitalistas. Embora em peças como *The Crying Indian* e em outras, como as de *Susan Spotless*, sejam formuladas como efeito de uma demanda social, que exige retrabalhar os sentidos que sustentam a relação da humanidade com a natureza, o seu funcionamento ideológico é o de responsabilizar os sujeitos pelos problemas ambientais, limitando a possibilidade de resistência à esfera individual e apacando a possibilidade de um questionamento à ordem dominante.

## 4. Bodas de ouro em solo brasileiro

Em 2021, em uma conjuntura de ausência de chuvas e diminuição do volume de água nos reservatórios, o governo federal brasileiro divulga uma série de vídeos, veiculados em emissoras de televisão e em redes sociais, como parte de uma (doravante CCC). Essa campanha e a peça publicitária *The Crying Indian* estão separadas por cinquenta anos, mas da nossa perspectiva, não é o tempo cronológico que importa. O trabalho ideológico não funciona como cronologia, mas pela relação com a história na produção das evidências, que se naturalizam por efeito de repetição e se estabilizam na memória discursiva. Embora não sejam as mesmas condições de produção, mesmo porque

as peças não são produzidas no mesmo espaço nacional, ambos os espaços brasileiro e estadunidense são dominados pelo modo de produção capitalista, cuja ideologia dominante intervém fortemente na produção de sentidos. Por isso, chamaremos atenção para como a CCC, em contraste com a *The Crying Indian*, discursiviza a questão ambiental.

Tomaremos um dos vídeos<sup>6</sup> da CCC como objeto de análise, assim como imagens da campanha que podem ser encontradas no site do governo brasileiro.

O vídeo de trinta segundos se inicia com um narrador que afirma:

Recorte 3: O Brasil vive a pior escassez de chuvas dos últimos 91 anos. O Governo Federal trabalha para minimizar as consequências da estiagem e evitar a falta de água e energia para toda a população. A responsabilidade é minha, sua, de todos nós.

No encadeamento entre texto visual e oral, mostram-se placas de energia solar, turbinas eólicas e trabalhadores do setor de energia em serviço, ao lado de dizeres que listam ações do Governo Federal, como “importação de energia de países vizinhos” e “acionamento emergencial de termelétricas”. As imagens contrastam com aquilo que inicialmente é informado pelo narrador, já que o cenário de escassez não é apresentado para o público. Posteriormente a isso, ainda no anúncio, revela-se uma família de quatro pessoas assistindo à campanha do Governo Federal na televisão. Quando o narrador diz que a responsabilidade é de todos nós, toda a família assente em concordância, e a pessoa mais velha toma a palavra, dirigindo-se aos seus familiares:

Recorte 4: Precisamos fazer a nossa parte, né? Se o ferro não estiver em uso, tire da tomada. Tome banhos mais curtos. Desligue o ar condicionado.

Após listar ações que podem ser tomadas por cada um, a idosa repete o *slogan* da CCC:

Recorte 5: Energia e água. Se desperdiçar, vai faltar.

É interessante observar que, como no caso de *The Crying Indian* e da menina Susan Spotless, há no anúncio do governo federal uma figura que é responsável por conscientizar aqueles ao seu redor. Isso é menos explícito no caso do indígena em *The Crying Indian*, que chora diante da poluição dos homens, e mais explícito em *Susan Spotless*, que corrige as atitudes de seus pais.

Por outro lado, na análise da peça *The Crying Indian*, havíamos notado o funcionamento de uma dicotomização entre humanidade e natureza, significados como polos opostos e não relacionados um ao outro. Já na campanha do governo federal, há um deslocamento de sentidos interessante de se observar, na medida em que a diminuição drástica no regime de chuvas, anunciada no Recorte 3 como “a pior escassez de chuvas dos últimos 91

anos”, é o que motiva a realização da campanha pelo consumo consciente. Ou seja, a humanidade já não é significada como completamente autônoma e independente da natureza, pois se vê afetada pela conjuntura climática, o que motiva a adoção de medidas para reduzir o consumo de água e energia elétrica. Isso direciona nosso olhar para mudanças na conjuntura histórica e ideológica da produção dos discursos sobre a relação entre homem e meio ambiente nos últimos cinquenta anos, uma vez que as discussões sobre as mudanças climáticas e o aquecimento global têm sido cada vez mais conduzidas à ordem do dia em razão de seus efeitos nefastos para os ecossistemas terrestres. Tratados internacionais como o Protocolo de Kyoto e o Acordo de Paris, firmados durante esse período e em que pese suas contradições, materializam o efeito de urgência que as questões ambientais têm ganhado para governos e sujeitos de diferentes partes do mundo. Isso não significa que a dicotomização entre homem/natureza ainda não possa se repetir.

O deslocamento observado, mesmo que não reproduza os sentidos de independência entre humanidade e natureza, também não é uma ruptura com a matriz de sentidos dessa dicotomização. Isso porque “a pior escassez de chuvas dos últimos 91 anos” é apresentada como um fenômeno natural, não inscrito no quadro mais amplo do agravamento da crise climática decorrente dos padrões de exploração e desenvolvimento capitalista. A responsabilidade, que é dita como “minha, sua, de todos nós”, será direcionada para ações individuais de economia de energia e água, ou seja, para a mitigação dos efeitos da escassez de chuvas durante o período crítico. Diz-se também que é nessa direção que o governo trabalha, “para minimizar as consequências da estiagem e evitar a falta de água e energia para toda a população”, em uma ênfase nas consequências que convenientemente apaga um questionamento sobre as causas do fenômeno. Um momento tão grave de escassez de chuvas vai sendo apresentado como evidente.

No anúncio, ainda há uma preocupação com a divulgação das medidas adotadas pelo governo federal para conter os efeitos da escassez das chuvas. É após isso que se anuncia que “a responsabilidade é minha, sua, de todos nós”, convocando todos os sujeitos que assistem ao anúncio a também tomarem medidas. É possível observar um funcionamento de reprodução dos sentidos de responsabilização individual que também notamos em *The Crying Indian*, já que, mais uma vez, não se conduz o sujeito-leitor a uma reflexão sobre a necessidade de mudanças sistêmicas para aplacar a emissão de gases de efeito estufa, reconfigurar nossos modelos de desenvolvimento e substituir as fontes de energia que não são limpas. “Não há como ser de outro jeito, tem que ser assim”, essa é a evidência que sustenta o apagamento de outra possibilidade de organização econômica das nossas sociedades. O problema da escassez não é significado como histórico e político, mas como individual, na medida em que pode ser resolvido se cada um colaborar. Não há laço social, a não ser pela responsabilização: se água ou energia faltarem, a culpa será de todos. Se as pessoas são responsáveis pelo desperdício de água e energia, então elas podem pará-lo, fazendo ressoar a autorresponsabilização que é característica dos discursos do consumo consciente.

Na página da campanha no site do governo federal<sup>7</sup>, há uma lista com outras “pequenas atitudes (que) fazem grande diferença”, com dicas para redução do consumo de energia e água. Seleccionamos para análise duas imagens que divulgam alguns dos itens presentes na lista:



Recorte 6



Recorte 7

Nos recortes 6 e 7, observamos uma mesma marca linguística que está presente na lista de ações individuais no vídeo da campanha: verbos no imperativo, que indicam o que deve ser feito para reduzir o consumo de água e energia elétrica. Diferentemente do vídeo, as imagens da campanha apresentam breves justificativas do porquê tal ação é eficiente na redução do consumo: no caso de desligamento de equipamentos antes de sair de casa, explica-se que “aparelhos em stand-by também consomem energia”, enquanto no caso de deixar a torneira fechada enquanto escova os dentes se diz que “se você deixa aberta, muita água vai para o ralo à toa”.

Nas imagens, mantém-se a proposição de ações individuais que visam

à responsabilização de cada sujeito pela minimização dos efeitos da escassez de chuvas. Em geral, as ações têm em comum o fato de que colocam em foco o âmbito doméstico, como representado também no vídeo da campanha do governo federal, a partir da imagem da família que assiste à televisão. O adjunto adverbial “antes de sair de casa”, presente no Recorte 6, também atua nessa direção, de maneira que esses rastros remetem à construção da evidência de que cabe às famílias e a cada um individualmente *responsabilizar-se*, sentidos que comparecem como naturais para os sujeitos atravessados pela ideologia capitalista em sua forma neoliberal. O que importa para nós é ressaltar como tal evidência inevitavelmente produz o apagamento do funcionamento complexo e contraditório de formações sociais da periferia do capitalismo, como é o caso da brasileira, tendo como efeito a preservação das relações de dominação há muito instituídas.

Não se faz menção, por exemplo, ao elevado índice de consumo de água pelas indústrias do agronegócio ou ao impacto desastroso do modo de realização de suas atividades para os recursos hídricos, com efeitos ainda para a destruição do solo, para a perda da diversidade e para as emissões de gases de efeito estufa.<sup>8</sup> Da mesma maneira, não se questiona a organização da vida doméstica privada ou a relação entre o modo de produção capitalista e o consumismo na interpelação de sujeitos-consumidores para adquirir produtos de que não necessitam e que frequentemente quebram e precisam ser substituídos por outros. Não se diz também sobre o consumo de água, energia e sobre a emissão de gases poluentes envolvidos na produção desses tantos equipamentos que, em alguns anos, estarão obsoletos. Ora, cada um desses processos (entre outros existentes) constituem o modo de produção capitalista da forma que se realiza hoje e estão estreitamente vinculados à contaminação de recursos hídricos, à exploração dos recursos naturais e à fabricação de equipamentos que têm como efeito o aumento do consumo, da produção de lixo e do lucro do patronato, na direção da reprodução das relações capitalistas.

Observando o caráter pedagógico dessas campanhas, a autorresponsabilização instaurada sob a égide da discursividade do consumo consciente produz a domesticação de movimentos de resistência ambiental que buscam formular outros sentidos para a relação entre homem e meio ambiente. É justamente para conter a deriva dos sentidos e a possibilidade de irrompimento de algo de outra ordem que esses anúncios são produzidos, buscando, assim, controlar e silenciar. Se retomamos as palavras de Ana C. Fernandes Ferreira (2022):

Como o saber é um poder que pode ameaçar outras formas de poder, ele precisa ser controlado e, quando necessário, silenciado. Há uma forma desse silêncio que atravessa a nossa sociedade como um todo, e que diz respeito ao que não se pode falar no discurso dominante da economia do sistema capitalista neoliberal. Trata-se de uma forma de censura velada, que procura controlar, de-significar aquilo que está sempre ameaçando o sistema ou que está sempre em vias de irromper no seio das contradições por ele produzidas, e que insiste em querer fazer sentido (FERREIRA, 2022, p. 144).

De modo a nos encaminharmos para as últimas considerações analíticas, retomamos o Recorte 5 apresentado anteriormente, que se trata também do *slogan* do anúncio do governo brasileiro: “Energia e água. Se desperdiçar, vai faltar”. Observamos as lacunas que nos relevam a opacidade da formulação, embora ela se apresente como evidente: Se (quem?) desperdiçar, vai faltar (para quem)? O que se está dizendo e o que não se está dizendo? Na construção dessas lacunas, a forma infinitiva de “desperdiçar” não identifica uma categoria de pessoa, ao passo que a locução verbal “vai faltar” não apresenta complemento. Isso abre espaço para que o sujeito-leitor do anúncio preencha as lacunas com os sentidos fornecidos pela ideologia do consumo consciente (embora ele também possa preencher com *outros* sentidos, apesar do direcionamento do anúncio...).

Na construção de sentidos de horizontalidade e dissimulação da luta de classes como temos observado, se o sujeito responsabilizado individualmente pelo consumo consciente desperdiçar, faltará água e energia para todos. Produz-se o efeito de que todos estão juntos nisso e são responsáveis por essa situação: os efeitos do desperdício, sinalizados como uma falta (de água e energia), seriam sentidos por todos. Esse é o funcionamento discursivo produzido pela inscrição da campanha na discursividade capitalista-neoliberal e suas formas de domesticação da resistência pelo apagamento da luta de classes.

No fim das contas, nem todos sentirão (ou sentem) os efeitos da mesma forma e ao mesmo tempo. Como lembra Butler (2018), a precariedade é induzida e desigualmente distribuída. As crises climáticas já foram responsáveis por 30,7 milhões de deslocamentos apenas em 2020, de acordo com dados da Agência da ONU para Refugiados (ACNUR) disponíveis no site brasileiro das Nações Unidas (2021). As regiões mais afetadas pertencem ao Sahel e à África subsaariana, como Mauritânia, Mali e Madagascar. Isso nos fornece indícios de que a distribuição desigual de renda, de serviços públicos e da qualidade de vida garante que não faltará energia e água para todos; ou melhor, que não faltará energia e água para *qualquer um*.

Enquanto as condições climáticas vão se degradando e estamos discutindo como seremos consumidores mais conscientes, afetados de tal forma pela ideologia capitalista que não parece possível conceber uma sociedade fundada sob outros pilares, os bilionários organizam expedições intergalácticas por razões que são apresentadas como grandes conquistas para toda a humanidade. Faz bem supor que talvez não seja bem assim...

## 5. Ainda em lua de mel...

Ao longo deste trabalho, vislumbramos como os discursos do consumo consciente e da autorresponsabilização, determinados pela ideologia dominante capitalista-neoliberal, articulam-se na produção de sentidos para a relação entre humanidade e meio ambiente. Dessa maneira, nos enunciados “People start pollution. People can stop it”, da peça publicitária *The Crying Indian*, e “A responsabilidade é minha, sua, de todos nós”, da CCC, observamos que não se está apenas dizendo que cabe a nós nos responsabilizarmos. Uma leitura discursiva, por meio de uma perspectiva de que a linguagem se inscreve nas práticas sociais dos sujeitos, tendo uma espessura material,

permite compreender que o funcionamento histórico-ideológico da articulação entre autorresponsabilização e consumo consciente vai além disso. Os discursos devem ser remetidos ao cenário contraditório da luta de classes, do estado de seus conflitos em um determinado lugar, em uma determinada época, tendo em vista a contradição permanente entre dominação e resistência. E quando se diz que a responsabilidade é de “todos” ou das “pessoas”, o primeiro efeito é justamente o apagamento das divisões que constituem as formações sociais capitalistas, projetando uma relação de horizontalidade entre todos.

Na campanha do governo federal brasileiro, a repetição do discurso da autorresponsabilização sustenta-se nessa evidência de que não há luta de classes ou tensão entre capital e trabalho na conjuntura de um iminente esgotamento das condições que permitem a exploração capitalista, de maneira que todos são igualmente responsáveis por “fazer a sua parte”. A responsabilidade das multinacionais e da agroindústria brasileira é apagada, como também é apagada a relação entre a escassez de chuvas no Brasil e os efeitos da exploração dos recursos naturais no âmbito capitalista. Dissimula-se a responsabilidade de empresas e governos na manutenção da estrutura que provoca o cenário de emergência climática. Assim, são as famílias de trabalhadores como aquela representada no anúncio que devem se responsabilizar, em um processo discursivo que termina por escantear a possibilidade de uma crítica estrutural às políticas dominantes adotadas pelas instituições do Estado e do Mercado no mundo inteiro.

Entendemos que os processos discursivos que observamos neste trabalho, que não representam de forma alguma a totalidade, mas fragmentos que permitem ler e compreender a nossa época, atuam na direção de reproduzir a degradação das condições climáticas necessárias para o nascimento e perpetuação da vida. E assim caminham autorresponsabilização, consumo consciente e neoliberalismo, em (in)tranquila lua de mel.

## Referências

BROWN, W. **Nas ruínas do neoliberalismo**: a ascensão da política antide-mocrática no ocidente. São Paulo, SP: Editora Filosófica Politeia, 2019.

BUTLER, J. **Corpos em aliança e a política das ruas**: notas para uma teoria performativa da assembleia. 1ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Civilização brasileira, 2018.

CHAMAYOU, G. **A sociedade ingovernável**: uma genealogia do liberalismo autoritário. Coleção Explosante. São Paulo, SP: Ubu Editora, 2020.

FERREIRA, A. C. F. O valor do saber: percursos de sentidos. In: PETRI et al. (Org.). **Ditos e não-ditos**: discursos da, na e sobre a pandemia. Campinas, SP: Pontes, 2021.

GADET, F.; PÊCHEUX, M. **A língua inatingível**. Trad. Bethânia Mariani e Maria Elizabeth Chaves de Mello. Campinas SP: Pontes, 2004.

HAROCHE, C.; PÊCHEUX, M.; HENRY, P. A Semântica e o Corte Saussuriano: Língua, Linguagem, Discurso. In: BARONAS, R. L. **Análise do Discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva.** São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2007.

MATIOLI, V.; PERES, J. **Donos do mercado: como os grandes supermercados exploram trabalhadores, fornecedores e a sociedade.** São Paulo, SP: Elefante, 2020.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **Mudanças climáticas impulsionam migrações e deslocamentos forçados.** Publicado em 08/11/2021. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/157286-mudancas-climaticas-impulsionam-migracoes-e-deslocamentos-forcados>> Acesso em: 21 mar. 2022.

NOGUEIRA, L. **Discurso, sujeito e relações de trabalho: a posição discursiva da Petrobras.** Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), 2015.

ORLANDI, E. Segmentar ou Recortar. **Linguística: Questões e Controvérsias**, Série Estudos, n 10. Uberaba, MG: Fiube, 1984.

ORLANDI, E. Linguagem e educação social: a relação sujeito, indivíduo e pessoa. **RUA**, n. 21. V. 2, nov. 2015.

PAYER, M. O. Linguagem e sociedade contemporânea. Sujeito, mídia e mercado. **RUA (UNICAMP)**, Campinas - SP, v. XI, p. 9-26, 2005.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Tradução de Eni Puccinelli Orlandi et al. 5ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

SILVA, M. V.; PFEIFFER, C. Pedagogização do Espaço Urbano. **RUA (UNICAMP)**, v. especial, 2014.