

U LISBOA

UNIVERSIDADE
DE LISBOA



**LETRAS
LISBOA**

Metáforas Multimodais da Água em Campanhas do WWF

Maria Elisabeth de Carvalho Almeida

Tese orientada pelo/a Prof.^ª Doutor/a Maria Clotilde Almeida, especialmente elaborada para a obtenção do grau de Mestre em Cultura e Comunicação.

LISBOA

2018

MARIA ELISABETH DE CARVALHO ALMEIDA

METÁFORAS MULTIMODAIS DA ÁGUA EM CAMPANHAS DO WWF

LISBOA

2018

DEDICATÓRIA

Dedico e agradeço primeiramente a Deus, que colocou em mim um sonho que agora está por se concretizar. Por Ele ter cuidado de mim e colocado pessoas boas no meu caminho, assim, por mais que estivesse longe da minha família, nunca estive só.

Dedico este trabalho aos meus muito amados pais, Ary e Isa, pelo amor incondicional e por me permitirem realizar um grande sonho, mesmo que para isso tivessem que, por mais de dois anos, abrir mão da presença da filha única e vê-la partir para outro continente, em um país onde ela não conhecia nada e nem ninguém. Pela preocupação, o carinho, o incentivo e o apoio, elementos que foram imprescindíveis para manter-me estável físico e mentalmente diante de tantos percalços e problemas de saúde que enfrentei durante esta jornada.

À minha família, pelo apoio e incentivo.

À minha orientadora Maria Clotilde Almeida por me dar a honra de ser sua orientanda, tendo com isto um grande aprendizado. Além disto, agradeço a sua compreensão para com os meus problemas de saúde aquando da minha frequência do curso de Mestrado em Comunicação e Cultura.

RESUMO

A presente dissertação visa uma análise semântica das imagens metafóricas multimodais em campanhas de preservação da água veiculadas pela Organização Não Governamental WWF, disponíveis online. À luz dos princípios que regem as abordagens multimodais (Forceville 2008; Jewitt 2016), entre outros, promove-se o estudo do modo visual em articulação com o modo verbal, tendo em conta: i) A construção multimodal da representação da degradação ambiental dos cursos de água e dos oceanos, bem como a encenação de catástrofes naturais por força da água em cenários urbanos e não urbanos; ii) A análise da composição da interação entre entidades humanas e animais plasmadas nas imagens, com especial incidência para a correlação de tamanho entre as figuras grandes e pequenas, fundamentalmente em contextos não urbanos; iii) a vigência das metáforas conceituais que subjazem à arquitetura semântica texto-imagem, com especial destaque para os mapeamentos metafóricos que contemplam a destruição do elemento fundamental da natureza, a água, em ambientes terrestres ou aquáticos, pelas atividades humanas nocivas do ambiente, em articulação com o jogo semiótico de cores no *layouts*; iv) Pretende ainda introduzir-se uma reflexão ainda que sucinta acerca da predominância do modo visual relativamente ao modo linguístico nos enquadramentos apresentados da degradação ambiental da água, quer no âmbito do mundo urbano quer do mundo verde, quer na intersecção de ambos os mundos. Com base na análise multimodal do corpus coletado, alicerçado metáforas e metonímias conceituais, foi possível descortinar que o impacto destas campanhas de sensibilização ambiental de preservação ambiental da água decorre de um jogo multimodal impactante de pendor metafórico e metonímico, ou seja, mediante mapeamentos conceituais envolvendo no domínio-fonte experiências físicas e culturais, de modo a tornar esta complexa questão ambiental acessível ao grande público que acede a estas imagens online. Esta sensibilização decorrente do peso emocional das imagens justifica plenamente a sua abordagem multimodal seguida na presente dissertação.

ABSTRACT

This dissertation intends to make a semantic analysis of multimodal images in water campaigns carried out by the WWF Non-Governmental Organization, available online. Focusing on the principles guiding multimodal approaches (Forceville, 2008; Jewitt, 2016), among others, the study of the visual mode in articulation with the verbal mode is promoted, taking into account: i) The multimodal construction of the representation of the environmental degradation of watercourses and oceans, as well as the staging of natural catastrophes by force of water in urban and non-urban settings; ii) the analysis of the composition of the interaction between human and animal entities depicted in the images, with special reference to the correlation of size of large figures in relation to small ones, mainly in non-urban contexts; iii) The existence of conceptual metaphors that underlie semantic text-image architecture, with special emphasis on metaphorical mappings that convey the destruction of the fundamental element of nature, water, both in terrestrial and aquatic environments, by human activities damaging the environment, in conjunction with the semiotic combination of colors in the *layouts*; (iv) It is also intended to introduce a reflection on the predominance of the visual linguistic mode in the presented frameworks of environmental degradation of water, whether in the urban world or the green world, or at the intersection of both. Based on the multimodal analysis of the collected corpus, which is anchored upon conceptual metaphors and metonymies, it was possible to verify that the impact of these campaigns of environmental awareness of water preservation emerges from a striking multimodal composition of metaphorical and metonymic nature, i.e. by means of conceptual mappings shaped by physical and cultural experiences in the source domain. Thus, this complex environmental issue is made available to the general public who can access these images *online*. This environmental awareness campaign due to the emotional weight of the images fully justifies its multimodal approach pursued in the present dissertation.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE A ÁGUA: AMBIENTE E SOCIEDADE	9
1.1 <i>Legislação referente ao consumo e distribuição da água</i>	18
1.2 <i>A questão da falta de água: alguns dados estatísticos</i>	29
1.3 <i>A constituição do WWF como organismo de preservação ambiental</i>	37
1.4 <i>Marketing verde: comunicação ao serviço da defesa ambiental</i>	38
1.5 <i>Histórico das campanhas sobre preservação da água</i>	39
2. ANÁLISE MULTIMODAL DAS CAMPANHAS DO WWF NA INTERNET	45
2.1 <i>A Multimodalidade: metodologias de análise</i>	45
2.2 <i>A metáfora conceitual à luz do paradigma cognitivo</i>	46
2.3 <i>A metáfora multimodal à luz do paradigma cognitivo</i>	47
2.4 <i>As dinâmicas atuais, internet e as estratégias retóricas no cenário ambiental</i>	48
2.5 <i>Metáfora e cognição: estado da arte das metáforas de água</i>	57
2.6 <i>Metáfora e metonímia conceituais</i>	63
3. IMAGENS DAS CAMPANHAS DO WWF: A RELAÇÃO METAFÓRICA NA PRODUÇÃO DE SENTIDO	68
<i>Representação multimodal 1 – Campanha do WWF</i>	69
<i>Representação multimodal 2 – Campanha do WWF</i>	72
<i>Representação multimodal 3 – Campanha do WWF</i>	73
<i>Representação multimodal 4 – Campanha do WWF</i>	74
<i>Representação multimodal 5 – Campanha do WWF</i>	75
<i>Representação multimodal 6 – Campanha do WWF</i>	76
<i>Representação multimodal 7 - Campanha do WWF</i>	77
<i>Representação multimodal 8 - Campanha do WWF</i>	78
<i>Representação multimodal 9 - Campanha do WWF</i>	79
<i>Representação multimodal 10 – Campanha do WWF</i>	79
<i>Representação multimodal 11 - Campanha do WWF</i>	80
<i>Representação multimodal 12 - Campanha do WWF</i>	81
<i>Representação multimodal 13 – Campanha do WWF</i>	82
<i>Representação multimodal 14 – Campanha do WWF</i>	83
<i>Representação multimodal 15 - Campanha do WWF</i>	84
<i>Representação multimodal 16 – Campanha do WWF</i>	84
<i>Imagem multimodal 17 - Campanha do WWF</i>	85
<i>Imagem multimodal 18 - Campanha do WWF</i>	86
<i>Imagem multimodal 19 - Campanha do WWF</i>	87
<i>Imagem multimodal 20 - Campanha do WWF</i>	88
<i>Imagem multimodal 22 – Campanha do WWF</i>	89
<i>Imagem multimodal 23 - Campanha do WWF</i>	90
<i>Imagem multimodal 24- Campanha do WWF</i>	91
<i>Imagem multimodal 25 – Campanha do WWF</i>	92
<i>Imagem multimodal 26 - Campanha do WWF</i>	93
<i>Imagem multimodal 27 - Campanha do WWF</i>	94
<i>Imagem multimodal 28- Campanha do WWF</i>	95
<i>Imagem multimodal 29 - Campanha do WWF</i>	96
<i>Imagem multimodal 30 - Campanha do WWF</i>	97
<i>Imagem multimodal 31 - Campanha do WWF</i>	98
<i>Imagem multimodal 32 - Campanha do WWF</i>	99
<i>Imagem multimodal 33 - Campanha do WWF</i>	100
<i>Imagem multimodal 34 – Campanha do WWF</i>	101
OBSERVAÇÕES FINAIS	102
REFERÊNCIAS	104

INTRODUÇÃO

A presente dissertação visa a análise multimodal das campanhas defesa ambiental da WWF, tendo em vista a preservação da água enquanto recurso natural, numa perspectiva de análise multimodal de índole cognitiva, com enfoque nas metáforas multimodais que superintendem estas campanhas. Foram seleccionados 33 suportes de divulgação destas campanhas de sensibilização para preservação da água, concebidos e disseminados em diversos países europeus, a par das campanhas levadas a cabo pelo Brasil que jugamos mais impactantes do ponto de vista da construção multimodal das mensagens. A tese está subdividida nos seguintes pontos, conforme presente no índice. No ponto 1, o trabalho versa a Comunicação sobre a Água: da legislação às campanhas na internet, no ponto 1.1 é dito sobre Considerações gerais sobre a água: Ambiente e sociedade de maneira que se entenda a água na sua complexidade e sua importância para a vida humana; o ponto 1.2 refere-se a legislação referente ao uso e distribuição da água, fala de maneira clara e objetiva que a água é um bem finito e que quais são as leis sobre sua distribuição e as responsabilidades e deveres que cada um, como sociedade, deve ter; já no ponto 1.3 A questão da falta de água: alguns dados estatísticos são usados como exemplo, para concretizar que tal fato é possível em qualquer país do mundo, até mesmo em grandes potências mundiais; no ponto 1.4 é voltado para a constituição do WWF como organismo de preservação ambiental; no ponto 1.5 é explanado sobre o Marketing Verde que envolve estratégias de comunicação ao serviço da defesa ambiental, e como este é utilizado pelas organizações não governamentais em campanhas e meios de comunicação; já o ponto 1.6 finaliza o primeiro capítulo com um Histórico das campanhas sobre preservação da água.

O ponto 2 incide sobre as análises multimodais das campanhas do WWF na internet, com início no ponto 2.1 sobre a Multimodalidade: metodologias de análise e, que explica sobre o que é a multimodalidade e como esta é usada cada vez mais em abordagens de texto-imagem; o ponto 2.2 A metáfora conceitual à luz do paradigma cognitivo explica de maneira clara em que consiste e desde quando a metáfora é usada como ferramenta principal na comunicação quotidiana; já o ponto 2.3 que trata a metáfora multimodal à luz do paradigma cognitivo incide sobre o uso e o estudo da multimodalidade e suas diversas formas de significações modernas; já o ponto 2.4 reporta-se às dinâmicas atuais, internet e as estratégias retóricas no cenário ambiental fala sobre os novos meios de comunicação e como as organizações não governamentais tiveram que se adaptar para atingir o público moderno e o quanto as imagens usadas estrategicamente para impactar o espectador tem ganhado força; no

ponto 2.5 aborda-se a ferramenta conceitual da metáfora no contexto da cognição: estado da arte das metáforas da água fala principalmente as mensagens semióticas contidas nas imagens analisadas das campanhas; já o ponto 2.6 finaliza o capítulo sobre metáforas e metonímias conceituais, com as análises de campanhas de preservação da água realizadas pelo WWF para diversos países do mundo.

Nas observações finais, faremos um balanço das metáforas multimodais que enformam as campanhas do WWF, a fim de fazer um balanço qualitativo do tipo de metáforas multimodais que figuram na análise deste corpus de ocorrências. Será assim possível entender em processos de arquitectura mental as estratégias de persuasivas do WWF, a tal ponto que esta ONG e suas campanhas de sensibilização e defesa ambiental são consideradas como formas emblemáticas de agir neste mundo globalizado, articulado pela rede de comunicação, que é a internet.

1. CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE A ÁGUA: AMBIENTE E SOCIEDADE

Ao contrário do que muitos pensam, a água é muito mais do que um líquido que bebemos quando estamos com sede ou aquilo o que vemos nas praias e rios. A água sustenta a vida, em todos os sentidos. É produto único e sem similaridade. Embora os oceanos cubram a maior parte da superfície terrestre, sua água é inadequada para o consumo humano por conta de sua salinidade. Somente uma pequena fração disponível sobre a superfície dos continentes, que contém poucos sais dissolvidos, é apropriada para o uso e consumo humano.

Muito de fala em rios e mares, porém, a água na sociedade moderna é de extrema importância, da mesma maneira que o é para animais do mundo aquático, já que a água é vital para todos os seres vivos na natureza. Este fato reside na sua capacidade de mediar reações bioquímicas tanto no interior quanto entre as células dos organismos. A poluição hídrica compromete a qualidade da água, prejudicando a biodiversidade, bem como o abastecimento de água e a produção de alimentos. Além disso, uma parcela considerável da população mundial ainda não tem acesso à água potável, o que traz diversos problemas de saúde. A água é indispensável no modo de vida da humanidade, de forma que está fortemente ligada à cultura de todos os povos da Terra. Diante dos problemas advindos do uso irregular dos recursos hídricos, surge uma nova consciência de que é necessário utilizar a água de maneira racional.

A importância da água está altamente ligada com todo o tipo de vida na Terra. De acordo com Sven Wunder (2008), os ecossistemas são importantíssimos para a vida humana, pois desempenham funções como a purificação da água e do ar, amenizam os fenômenos violentos do clima, promovem a decomposição do lixo, a geração de solos férteis, o controle de erosões, a reprodução da vegetação pela polinização e pela dispersão de sementes, o controle de pragas, o sequestro de carbono por meio do crescimento da vegetação, entre outros serviços ambientais.

Porém, em muitos países em desenvolvimento ou com baixo nível de escolaridade, a população se depara com uma imensa fartura de água e por isso criam a falsa ideia de abundância faz com que esta sociedade, assim como a de todo o mundo, tenham uma visão de que a água é um bem natural infinito e como cada residência paga mensalmente pela água usada, de alguma maneira, cria-se a ideia de domínio. Este domínio, ou poder sobre a água, gera uma não sensação de coletividade e por conta disso ouvimos com certa frequência que “eu pago pela água que eu consumo, logo posso usá-la e desperdiçá-la como eu bem entender”. Esta frase pode ser entendida como egoísta e não realista diante de tantos

problemas enfrentados por toda a população mundial, decorrente de problemas oriundos da falta de água, o desperdício e até mesmo a poluição e a não preservação das nascentes, rios e mares.

Diante destes problemas da sociedade dita “moderna”, as ONGs (Organizações não governamentais), como o WWF têm multiplicado esforços, produzindo trabalhos, campanhas e artigos sobre o referido tema, a fim de que a sociedade atual tenha a consciência de que a água é um bem finito, ou seja, de que se não for gerenciada de forma adequada, vai acabar e com ela todos os seres vivos como os humanos, as florestas e os animais. Assim a terra se tornará um lugar inabitável, coberto apenas por prédios e construções, sem vida humana ou animal.

Por esses motivos, a preservação do meio ambiente é a cada dia uma questão social debatida a nível mundial. A fim de sensibilizar e conscientizar pessoas de diferentes culturas, classes sociais e etárias, cada vez mais as ONGs têm focado e investido em campanhas de preservação, com frases de efeito e imagens realista e, muitas vezes chocantes, sobre como será o nosso planeta daqui a poucas décadas se nada for feito o quanto antes. A seriedade e o realismo das campanhas são tão fortes que muitos artistas e celebridades internacionais estão cada vez mais engajados nas mesmas, aproveitando para compartilhar, participar e falar sobre as mudanças climáticas, bem como sobre a importância da água não somente na vida do homem, mas de toda a Terra.

Com isso, além de ser reconhecida como o único recurso natural, que está intimamente ligado a todos os aspectos da civilização humana, a água foi sempre fundamental ao desenvolvimento agrícola, industrial e econômico. Ela tem grande importância, pois representa 90% da composição física das plantas, pelo que a sua carência é gravosa para a produção agrícola, em época de escassez de chuvas. Refira-se que a indústria necessita de grandes quantidades de água para fabricar seus produtos, peças que demandam quantidades de água muitas vezes superiores ao volume produzido.

Da mesma maneira que a água é vista como “vida”, a falta dela é tida como sinônimo de muitas doenças, e até mesmo de morte. De acordo com dados disponibilizados pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), mais de duas mil crianças com idade abaixo de 5 anos, morrem diariamente em todo o por conta de doenças diarréicas, sendo que cerca de 1.800 dessas mortes estão ligadas à falta de água potável e ao saneamento básico. Tal número é superior que à taxa de mortalidade relativa a atos de violência doméstica, e mesmo a taxa de mortes em cenários de guerra.

Além dessas informações, a entidade apresenta dados sobre a importância de que toda

a população, esteja onde estiver, tenha acesso a este recurso natural com maior qualidade, lembrando que o saneamento básico é um direito básico de qualquer cidadão no mundo. De acordo com Sanjay Wijesekera, chefe global do programa de água, saneamento e higiene da UNICEF, em entrevista para o site da entidade, “se noventa ônibus escolares cheios de crianças pequenas sofressem acidentes a cada dia, sem nenhum sobrevivente, seria notícia em todo o mundo. Entretanto, é precisamente isso o que acontece todos os dias devido à falta de água potável, saneamento e higiene”,

Vários países, tal como o Brasil, atravessaram por **casos críticos de falta de água**, em que um racionamento rigoroso foi feito e ainda sim toda a população aguardava ansiosa por um aumento no nível dos reservatórios de água da principal cidade do país. Muitos relacionam este problema apenas com a falta de chuvas, porém as mudanças climáticas tal como o desmatamento desenfreado são os principais motivos da carência de água. E é exatamente este argumento que as ONGs como o WWF utilizam nas suas campanhas de sensibilização e projetos baseados no Marketing Verde, ferramenta voltada para o segmento ambiental com intuito de transmitir por meio lúdico a real situação ambiental do planeta.

Com isso, cada vez mais as ONGs e os ativistas vêm investindo em campanhas de sensibilização para as carências de água e para as alterações climáticas na internet, recorrendo a estratégias retóricas, para chamar cada vez a atenção da população. Naturalmente, o foco principal incide sobre essa nova geração conectada às novas tecnologias de informação e comunicação que é o alvo principal destas campanhas. Sublinhamos a relevância das campanhas que confrontam situações do passado em que vigorava o equilíbrio ecológico com situações presentes de desequilíbrio ambiental ou mesmo antecipação de cenários catastróficos futuros.

É com esse tipo de comparação, que os ambientalistas e publicitários, voltados para o segmento ambiental, tentam anualmente criar campanhas fortes e cada vez mais impactantes, para que quem as veja reflita em como será nosso mundo no futuro, se nenhuma atitude for tomada agora. Além disso, as atuais campanhas desenvolvidas para este fim têm usado muitas vezes a imagem de um não futuro para a humanidade, apelando muitas vezes para a visão de que talvez esta geração de bebês e crianças, possa ser a última a viver num contexto ambiental com alguma qualidade de vida.

Ao analisar a água na sociedade como um todo, percebe-se a importância da mesma para a sobrevivência das pessoas, dos seres vivos, das plantas e dos animais, como também para as empresas e o setor industrial. A água é fundamental para garantir a sobrevivência das pessoas, e se trata de um recurso que requer bastante atenção, diante de sua extrema

necessidade. Ainda que seja um recurso abundante, a água que garante a sobrevivência das pessoas representa uma pequena parcela desta quantidade, pois, a grande maioria da água existente no planeta é imprópria para consumo. Os dados abaixo mostram este desequilíbrio:

O Planeta Terra possui 70% de sua superfície coberta por água, desse total 97% é de água salgada, 2% estão nas geleiras dos polos Norte e Sul e apenas 1% é de água doce disponível para ser consumida. O Brasil abriga 12% de toda a água doce disponível no mundo. é exatamente por isso que grandes empresas internacionais estão interessadas nas águas brasileiras. (ALTAMIRANO, LOPES FILHO, 2004, p. 80)

A escassez da água disponível no mundo acontece devido a maior parte desta água ser salgada, e dessa forma imprópria para o consumo do ser humano, de animais, para a irrigação de plantas, e até mesmo para ser captada por empresas para o seu uso nos mais diversos fins. Se 97% da água é salgada, sobra um percentual muito baixo para ser aproveitado por toda a sociedade, o que torna a água um recurso escasso.

Por outro lado, uma vez que o Brasil possui um grande percentual de água disponível em sua terra e diferentes regiões quando comparados aos muitos países do mundo, percebe-se a motivação de países, empresas e investidores no país para captar água a ser distribuída a outros povos.

“A água é um líquido inodoro, insípido, transparente e quase incolor. Suas propriedades físicas são usadas para a definição de muitas constantes físicas”. (AMARAL, 1995, p. 10). É a partir dessas características e de várias outras que os profissionais da área analisam a possibilidade de a água ser utilizada para o consumo da sociedade ou não, própria para diversos fins ou não. De entre estas características destaca-se a própria formação da água como substância:

A molécula da água é formada por dois átomos de hidrogênio e um de oxigênio com ligações covalentes (H-O-H) dessa forma os eletros dos átomos são compartilhados. A ligação covalente da água forma um ângulo de 104,5° que causa a polarização da molécula. Essa polaridade é a garantia de algumas importantes propriedades da água, como o ponto de fusão e ebulição, assim como a capacidade de dissolver substâncias. (ONLINE EDITORA, 2016, p. 9)

Além de essencial para o consumo dos seres humanos, a água é essencial também para o desenvolvimento de diferentes produtos de consumo alimentar, pelo que esta indústria, bem toda a indústria em geral depende do consumo de água. A baixa quantidade de água disponível para consumo torna o acesso a água muito mais difícil para populações desprovidas desse bem. Nalguns países e regiões que têm água em maior quantidade, o acesso é mais simples, devido ao baixo custo da água. Já outras regiões e países onde a quantidade

de água é menor, o acesso é mais difícil e o custo também é mais elevado.

Segundo Nascimento, as propriedades da água e suas diferentes aplicações a tornam insubstituíveis no mundo, pois:

A água é um recurso precioso e insubstituível. Além de ser um elemento vital para a existência da própria vida na Terra, a água é um recurso natural que pode propiciar saúde, conforto e riqueza ao homem, como seu uso o abastecimento das populações, na irrigação, na produção de energia, na navegação e, mesmo, para veicular e afastar esgotos e águas servidas. (NASCIMENTO, 2006, p. 163)

A água é indispensável para o consumo e está presente na vida do homem por completo, tanto para o consumo direto, como para se banhar, para cozinhas, para lavar roupa, e etc, como também no quesito de produção, para produzir energia, para lavagens de todo tipo de produtos e espaços, para navegar, como ressaltado acima pelo autor. É através da água que o homem desenvolve suas atividades, desenvolve riqueza, e desenvolve o necessário para a sua sobrevivência como um todo.

Presente na vida do homem desde os tempos mais remotos na história foi necessário um elevado desenvolvimento tecnológico para que a água se tornasse um recurso que atualmente sai facilmente das torneiras para consumo. Na antiguidade e ainda hoje em certas zonas menos desenvolvidas do planeta, a água era extraída manualmente pelas pessoas para realização de atividades cotidianas básicas. Não existiam desenvolvimentos tecnológicos e infraestruturais que permitem o acesso facilitado da água a toda a população.

Segundo Amaral (1995: 10), em tempos mais remotos a água era considerada um dos 4 elementos da natureza, a par do ar, da terra e do fogo, à luz dos ensinamentos de Aristóteles. Com o passar do tempo, por volta do século XVIII, a água foi identificada como uma substância composta, e pela primeira vez foi sintetizada em 1781 por Henry Cavendish através da combustão do hidrogênio.

Ao longo da história, os desenvolvimentos científicos e tecnológicos possibilitaram avanços que permitiram a sua utilização generalizada pela população. Registe-se que é importante analisar de que forma a legislação consigna a distribuição e acesso da água. Analisando as últimas décadas ao longo dos anos, órgãos, reuniões e conferências estabeleceram algumas questões fundamentais para o mesmo, podendo destacar, por exemplo, a Conferência Especial das Nações Unidas, realizada na Argentina, em 1977:

Um marco no processo de conscientização das pessoas quanto à importância da preservação dos recursos hídricos foi a Conferência Especial das Nações Unidas sobre as águas, realizada na Argentina, em 1977. Nessa reunião, que contou com a

presença de diversas nações do mundo inteiro, foi declarada a Década Internacional da Água, comemorada entre os anos de 1981 e 1990. Sintonizada com as discussões que passaram a ocorrer sobre a preservação da natureza, a Igreja Católica decide que o tema da Campanha da Fraternidade no ano de 1979 também seria sobre a água. Na época, já se falava que se não houvesse economia do uso e redução da poluição, a humanidade poderia não ter água potável no futuro. (ALTAMIRANO, LOPES FILHO, 2004, p. 75)

Esta conferência foi fundamental para estabelecer pontos importantes sobre a questão do consumo de água. Além de discutir sua importância para o homem, focou-se a forma como a poluição deste recurso natural atrapalha o desenvolvimento e sobrevivência de vários lugares. Logo, as reuniões e discussões em torno destas questões foram importantes para a conscientização da importância deste recurso natural, e para destacar como o seu uso inteligente é importante para garantir condições de vida aceitáveis para as futuras gerações.

Tendo em vista a preservação da natureza como um todo, foi possível estabelecer a necessidade de redução da poluição, bem como da contaminação do solo e das águas, pois são aspectos que na natureza estão interligados, garantir a preservação de ambos, bem como a sobrevivência da fauna e da flora, por forma a assegurar, na cadeia alimentar, a captação de nutrientes por parte do homem. Além do mais, as conclusões destas conferências refletem em políticas ambientais nos diferentes países, pois todos os países participantes se unem para tomar decisões convergentes que visam a preservação da água enquanto recurso natural.

Destaca-se ainda a Conferência Internacional sobre a água e o meio ambiente, em 1992, que adotou uma declaração reconhecendo o "direito básico de todos os seres humanos a ter acesso à água limpa e saneamento a um preço acessível", afirmam Heller e Padua (2006, p. 153). Os fóruns internacionais foram importantes no sentido de garantir o direito ao acesso à água, e principalmente ao saneamento, que, além de tornar o convívio do homem mais higiênico e com condições básicas de saúde, proporcionou que o descarte de água dos esgotos fosse objeto de tratamento, mediante aplicação de uma tecnologia de saneamento. Isso desencadeou também o desenvolvimento de empresas e indústrias que fornecessem quer o acesso à água, quer o saneamento por completo dos esgotos.

Além de garantir o acesso a ambos, a declaração determina também que tal tecnologia de saneamento da água seja oferecida à população por um preço acessível, o que aumenta as chances de cada vez mais pessoas terem acesso a este recurso natural. No quadro internacional, o acesso à água e ao saneamento foi declarado como direito humano pela ONU em 2010 e 2015, segundo Bos, conforme abaixo:

O acesso à água potável e ao acesso ao saneamento foram declarados direitos

humanos pela ONU em 2010 e em 2015, respectivamente. A importância dos serviços públicos de abastecimento de água e de saneamento de águas residuais como instrumento de realização de tais direitos foi assim reforçada. O estado português apoiou estas decisões e tem estado envolvido em iniciativas internacionais com vista à promoção e à realização progressiva deste direito. (BOS, 2017, p. 12)

Através desta declaração a ONU, reforçou a necessidade de estabelecer uma melhor distribuição da água à população, uma vez que algumas regiões têm maior concentração de água, ao passo que outras estão carenciadas deste recurso natural. O direito ao acesso à água se tornou declaradamente um direito de todos os cidadãos.

Ainda que seja um direito, o acesso à água ao longo da história registrou pontos negativos, e casos a serem observados. Uma vez que é essencial à sobrevivência do homem, este acesso necessitava de melhor infraestruturas, para que o ser humano consumisse a água pura e limpa, isenta de microorganismos nocivos ao organismo humano.

Algumas informações abaixo evidenciam esta questão da qualidade da água:

A Organização Mundial de Saúde (OMS) estimou, em 1996, que a cada 8 segundos morreu uma criança de infecção relacionada com a água e que, a cada ano, mais de cinco milhões de pessoas morrem de doenças ligadas ao consumo de água insegura devido saneamento inadequado. Segundo a OMS, se toda população tivesse acesso à água e a serviços de esgotamento sanitário adequados, deveria haver redução anual de 200 milhões de episódios de disenteria, 2,1 milhões de mortes causadas por disenteria, 76.000 casos de dracunculíase, 150 milhões de casos de esquistossomose e 75 milhões de casos de tracoma. (HELLER, PADUA, 2006, p. 153)

Assim se ilustra que a água também pode ser responsável pela transmissão de várias doenças, como foi apontado acima. O saneamento precário ou a falta do mesmo acaba transmitindo essas doenças às pessoas de forma até mais rápida. Por esse motivo, o direito à água e ao saneamento adequado precisam ser garantidos em conjunto.

Hoje em dia o saneamento e a estrutura correta são essenciais para garantir que a água chegue até o ser humano, pois, a sociedade evoluiu. A forma de viver e conviver das pessoas se modificou, uma vez que passaram a viver nas grandes cidades, não tendo acesso a água diretamente de rio de lagos, como na antiguidade, tal como ressalta Altamirano e Lopes Filho:

Perdemos a memória de nossos antepassados que conviviam com rios limpos, onde podiam pescar, nadar ou simplesmente apreciar a tranquilidade das águas. O contato das pessoas com o rio deixou de ser direto. Para que cada um de nós reaprenda a respeitar e a valorizar a água que temos disponível no planeta, e em especial em nosso país, as entidades da sociedade civil e do governo costuma realizar campanhas de conscientização. A ideia é despertar aquele elo de carinho com a natureza, perdido no acelerado processo de crescimento das cidades. (ALTAMIRANO, LOPES FILHO, 2004, p. 71).

Na antiguidade o contato das pessoas com a água acontecia de forma direta, pois o homem ia até os rios buscar sua própria água, pescar e assim desenvolver suas atividades cotidianas de saneamento, entre muitas outras. Esse processo de contato direto contribuía para a maior valorização da água com um bem precioso à sua sobrevivência. Com o passar do tempo, o acesso à água da torneira fez com que a água parece-se um recurso eterno, o que não responde à realidade.

É fundamental que a água seja vista como algo a ser valorizado, preservado, utilizado de forma consciente tanto por pessoas como por empresas, a ser preservada às futuras gerações, como também para que seja distribuída da melhor forma para todas as pessoas, para que todas tenham acesso a este bem.

Ainda em 2015, aquando da realização da Conferência, foram estabelecidos alguns objetivos a serem alcançados, para que a sustentabilidade fosse aplicada ao uso da água, como ressalta Bos:

Também em 2015, a adoção internacional dos 17 objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) veio reforçar a aposta na realização destes direitos. Os diversos intervenientes do setor têm hoje, nos vários países, o dever de trabalhar para garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos, tal como afirma o ODS 6, de acordo com objetivos e indicadores reconhecidos por todos. (BOS, 2017, p. 12)

Neste acordo internacional, os objetivos estabelecem que a água deve ser gerida de maneira sustentável. Naturalmente, a assunção de responsabilidades e de compromissos envolvem todo o tecido social e económico, constituindo indicadores a serem adotados pelas indústrias da área, a fim de garantir a disponibilidade de um serviço de água de qualidade.

Esses indicadores são importantes para que a melhor distribuição da água seja levada a cabo por todo o planeta, diminuindo as chances de desperdício deste recurso natural. Uma vez que a água salgada representa a maior parte da água disponível no mundo, o uso inteligente de água potável é fundamental.

Segundo Pitombo (2005, p. 87) “as águas salgadas e doces, desde os primórdios, são fontes de materiais para o ser humano, as primeiras como fornecedoras de sal, e as últimas como indispensáveis à sua vida”. Ainda que a água salgada seja importante para o desenvolvimento do sal na sociedade, ela é imprópria para o consumo do ser humano e dos seres vivos, e ainda sim é a água que mais se encontra por todo o mundo. Por outro lado, a água doce, tão necessária à sobrevivência de todos é relativamente escassa em muitas regiões, como destaca Nascimento:

A água doce presente em rios, lagos e lençóis subterrâneos, essencial a maior parte das atividades humanas, é, no entanto, um recurso escasso: ela corresponde a menos de 0.3% do volume total da água do planeta. E por ser depositária de boa parte dos resíduos gerados pelas atividades humanas, uma água doce de boa qualidade se torna um bem cada vez mais raro. (NASCIMENTO, 2006, p. 163)

O percentual de água doce é relativamente baixo em relação ao número de pessoas no mundo, o que a torna um recurso raro, que necessita de maior valorização e preservação, a fim de garantir o seu consumo mais inteligente por parte das pessoas e das empresas. E diante da escassez os decretos e direitos que garantem o acesso da água por parte de todos, torna ainda maior a obrigação dos Estados e países em oferecer este serviço.

Os direitos sobre a água e o saneamento são importantes para garantir melhores serviços pelas empresas e indústrias, mas também para que sejam estabelecidas políticas, padrões e características em relação a como a água será oferecida, a que custo, em qual quantidade e dentre outros aspectos.

Segundo Bos os direitos e legislação são importantes também para garantir que os serviços sejam disponibilizados de acordo com as necessidades das pessoas, pois:

A implementação dos direitos à água significa para os Estados membros a obrigação de os respeitar, proteger e assegurar, mas não significa que os serviços sejam gratuitos. A realização progressiva é um princípio fundamental. Ele suporta a perspectiva pragmática de que não é expectável que os governos, autarquias e entidades gestoras satisfaçam de forma imediata as necessidades identificadas e traduz a ideia de que a universalidade do acesso será conseguida através de melhorias graduais. (BOS, 2017, p. 13)

Uma vez que a legislação determine o direito à água para todo o cidadão, as indústrias buscam frequentemente aprimorar os serviços oferecidos, como também melhorar as condições em que são oferecidos, atingindo outras regiões e grupos de pessoas, diminuindo o desequilíbrio de acesso à água. Ainda que seja um direito de todos, a água e o saneamento ainda não é uma realidade de 100% da população, tanto devido à falta de estrutura, de investimento e do uso adequado e sustentável da água por parte da população, tanto pessoas com empresas. Falta melhor distribuição da água, falta investimento em várias localidades para que mais pessoas tenham acesso à água, principalmente pelo fato de a escassez ser algo real na sociedade.

A água é o composto mais abundante e mais amplamente distribuído no globo terrestre. É encontrada na natureza nos três estados de agregação: sólido, como neve ou gelo, no cume das montanhas, nos polos terrestre e quando a temperatura cai abaixo de 0°C. Líquido, formando os mares, lagos e rios e cobrindo três quartas partes da superfície terrestre, além das águas subterrâneas; gasoso, como vapor de

Ainda que seja encontrada por todo o planeta, a água pode ser encontrada de formas variadas. Nos estados sólidos, líquidos e gasosos a água representa grande parte da superfície terrestre, mas a parcela própria para consumo é relativamente baixa, o que torna o acesso à água bem difícil para muitas pessoas das quais não vivem em localidades providas de água.

Diante desta realidade percebe a importância de entender seu processo de distribuição, mas ainda mais importante entender qual a sua situação de preservação no planeta, em todos os lugares e países. Como um bem extraído diretamente da natureza pelo homem, a água passa por processos específicos desenvolvidos por empresas para ser direcionada e distribuída às pessoas diariamente, o que requer investimento e etapas específicas que realizem esta distribuição de maneira adequada.

Em meio a estas preocupações, cada lugar, estado ou país tem suas definições específicas tanto para a distribuição e descarte de água, determinado a partir de legislações que regulamentam este processo. A legislação atual, por sua vez é resultante de anos de evolução no tratamento e compreensão da água, suas características e sua importância. E dessa forma o tópico seguinte mostra especificamente a parte legislativa em relação ao tratamento e distribuição da água em diferentes localidades, para que sejam compreendidas as questões da água neste setor.

Além de facilitar o entendimento sobre o processo, através da legislação de cada lugar pode-se interpretar a maneira como a água é valorizada nos lugares ao redor do mundo, como também as preocupações destinadas ao tratamento de água em cada país. As legislações mostram também como cada governo lida com a preservação deste bem, e de que maneira investe para que cada vez mais pessoas tenham ciência sobre a importância de preservar a água, e com qual intensidade o assunto é discutido na sociedade em questão.

1.1 Legislação referente ao consumo e distribuição da água

Em meio a esta realidade a água se tornou um bem incluído também nas legislações específicas para cada lugar, como forma de tornar o seu consumo mais consciente e que possa ser distribuído para todos, garantindo que todos tenham acesso a água para a sua sobrevivência.

A legislação representa uma forma de regulamentar os setores, determinar aspectos a serem monitorados e ações que possam de alguma forma atrapalhar alguma situação

específica, impedindo-a de ser feita da maneira certa. Em relação à água, sua distribuição e preservação, a legislação é um ponto importante a ser observado, pois, demonstra a preocupação, e como os agentes do governo buscam preservar a água, e administrar de maneira eficiente a sua distribuição e o seu descarte, como maneira de preservar as gerações futuras, como também de tornar o direcionamento mais equilibrado na sociedade.

Ao analisar a importância da legislação sobre o uso de água e a forma como cada sociedade e região lida com este problema, pode-se analisar, por exemplo, a legislação elaborada para a reutilização das águas, como iniciativa importante de qualquer parte do mundo, pois, além de contribuir para a regulamentação do uso da água, cria também a obrigação das sociedades em investir em estruturas que permitam o reuso de água.

Segundo Verdélio, várias sociedades podem seguir como exemplo civilizações que já avançaram bastante em relação a isso, destacando alguns lugares em que o reuso já é algo praticado:

O coordenador da ANA (Agência Nacional de Águas) conta que a Europa e os Estados Unidos têm legislações bastante rígidas e praticam o reuso naturalmente. Mas muitas iniciativas de reuso costumam surgir a partir da necessidade. Ele cita como exemplos a Namíbia que transforma esgoto em água para abastecimento das cidades, e Israel, que dessaliniza água do mar para consumo e, depois, reutiliza na irrigação; 70% da água é reutilizada em cerca de 19 mil hectares. (VERDÉLIO, 2017, p. 2)

Estes exemplos mostram como o reuso da água é uma solução viável para o aumento da conscientização acerca do uso racional deste bem, pois, ao desenvolverem estrutura para que o reuso seja praticado se aumenta a preservação da água captada diretamente da natureza, e de forma indireta aumenta a preocupação da população em geral para com a forma como a água deve ser administrada. Tanto a Europa como os Estados, ao elaborar e definir legislações bastante rígidas para esta questão social e ambiental obriga as pessoas a contribuírem para que os sistemas funcionem, mas faz também com que as empresas e indústrias assumam maior responsabilidade com a questão também modificando a sua forma de realizar suas atividades, e de investir em estruturas que também permitam o maior reuso da água, tornando-se mais conscientes também.

Em contrapartida, em meio à situação da água por todo o mundo é importante que os países se preocupem em elaborar iniciativas diversas para garantir a maior preservação, pois, não somente através da reutilização da água que é possível manter este bem para as gerações futuras. Ainda falando dos países da Europa, estes perceberam a importância de desenvolver ações específicas de preservação e de cuidados para com as fontes de água, como forma de

investir para que as águas permaneçam limpas sem poluição.

Trata-se de uma estratégia inteligente que poderia incentivar que outros países e continentes fizessem o mesmo, pois:

Tendo em conta que as águas subterrâneas fornecem 75% da água potável no conjunto da União Europeia, a contaminação provocada pela indústria, e os dejetos e os nitratos provenientes do setor agrícola constituem uma grave ameaça para a saúde. Sabe-se, por exemplo, que um grande número de substâncias que foram filtradas nos últimos dez anos nos solos afetaram até mesmo as fontes de água potável, e que deveremos esperar entre 20 e 50 anos para que os níveis de nitrato presentes nas águas subterrâneas da Holanda, Bélgica, Dinamarca e Alemanha voltem a ser aceitáveis para o consumo humano, conforme a diretiva sobre a qualidade das águas destinadas ao consumo humano. (BRAVO, 2010, p.10)

Investir em formas de poluir menos as águas subterrâneas e elaborar estruturas que tentem reduzir a poluição já feita é uma estratégia importante, pois, é uma das formas em que os países mais conseguem captar a água para uso. Uma vez que a poluição tanto da indústria como das pessoas da sociedade reduz, a ameaça diminui e as companhias de tratamento e distribuição de água tem um recurso a mais a ser explorado de maneira consciente.

Além de garantir que a população tenha acesso a uma água de qualidade, permite também que as gerações futuras tenham acesso ao mesmo, e que várias civilizações e países tenham possam usufruir deste bem continuamente.

Dessa forma, proteger as águas subterrâneas é uma das políticas mantidas e trabalhadas pela União europeia, que reúne vários países da Europa com a finalidade e competir com os demais polos e forças e também de evoluir e avançar como sociedade.

A proteção das águas subterrâneas é uma prioridade da política meio ambiental da União Europeia por várias razões: quando estão contaminadas, é mais difícil limpar águas subterrâneas do que as águas de superfície, e as consequências podem se prolongar durante décadas; as águas subterrâneas são muito utilizadas para captação de água potável para a indústria e para a agricultura, pelo que sua contaminação pode ser perigosa para a saúde humana e para o desenvolvimento correto destas atividades; as águas subterrâneas constituem o caudal de base de muitos rios (podem representar até 90% do caudal de alguns rios), pelo que podem influir na qualidade das águas de superfície; estas águas servem de tampão nos períodos de seca e são fundamentais para conservar as zonas úmidas. (BRAVO, 2010, p. 8)

Os países da União Europeia perceberam a importância de se priorizar a qualidade das águas subterrâneas, como também de desenvolver políticas que auxiliassem esse processo, pois, a sua contaminação pode comprometer uma parcela significativa do abastecimento e distribuição da água pelos países. Perceberam também que, estando completamente contaminada a água, reverter essa situação seria muito mais difícil e custaria muito mais

investimentos.

Além do mais, as águas subterrâneas quando estão boas para consumo podem facilitar a irrigação da agricultura, o que permite também que as pessoas tenham acesso a produtos alimentícios de qualidade, e por outro lado, ao estarem contaminadas podem transmitir problemas futuros para a população. E dessa forma, investir na descontaminação das águas subterrâneas é uma das políticas que podem contribuir diretamente para que a água seja valorizada, assim como seu consumo consciente.

De maneira resumida, as políticas da União Europeia em relação às questões ambientais são as mais exigentes quando se analisa um contexto geral. Através destas tanto a água, como a poluição de uma forma geral são administradas em busca de um ambiente mais limpo e saudável do qual pode-se captar mais recursos.

Os problemas ligados à água, à poluição atmosférica e aos produtos químicos são uma das grandes preocupações ambientais dos cidadãos. Para os proteger contra as pressões exercidas sobre o ambiente e contra os riscos que ameaçam a sua saúde e o seu bem-estar, a UE adotou medidas com vista a: garantir a segurança da água destinada ao consumo humano e das águas balneares; melhorar a qualidade do ar e reduzir a poluição sonora; reduzir ou eliminar os efeitos nefastos das substâncias químicas nocivas; (EUROPE UE, 2014)

De forma que são políticas que consideram as questões ambientais como um todo, e não somente a preservação da água. Para eles ao buscar a preservação e a redução da poluição como um todos, os problemas ambientais são reduzidos, e a sociedade pode usufruir de melhores recursos, e fazer a captação consciente dos mesmos permitindo que os cidadãos tenham acesso a estes elementos. Além do mais, ao reduzir a poluição, a água captada e distribuída tem melhor qualidade, e reduz também as chances de as pessoas serem prejudicadas com contaminações e outros problemas.

Estas iniciativas contribuem também para que a União europeia seja vista como uma sociedade modelo, tornando a sua economia mais forte e fazendo com que seus países avancem em relação aos demais, em meio as suas políticas e formas de tratar, preservar e respeitar o ambiente, garantindo o bem estar de sua população.

Uma vez que estas ações são desenvolvidas é possível alcançar um nível de distribuição de água eficiente, assim como métodos de tratamento da água que reduzam a poluição do ambiente, facilitando a vida das pessoas e permitindo que tenham acesso à água e serviços de qualidade.

O relatório anual sobre o “Controlo da Qualidade da Água para Consumo Humano”,

hoje divulgado pela ERSAR, confirma que a água para consumo humano em Portugal Continental apresenta uma excelente qualidade. De facto, com o indicador de água segura a superar mais uma vez os 98%, pode garantir-se aos portugueses que podem beber água da torneira com confiança. Esta situação, conjugada com o facto de o quadro regulatório ser cada vez mais exigente, representa uma efetiva melhoria da qualidade da água nos últimos anos. De facto, o indicador da qualidade da água na torneira coloca-nos ao nível dos países mais desenvolvidos da Europa Ocidental. (ERSAR, 2015, p. 3)

Neste excerto textual percebe-se que as iniciativas sobre o consumo da água em Portugal são em relação a distribuir água de qualidade para os cidadãos, de forma que é possível consumir água da torneira sem perigo para contaminações. Ao desenvolver o programa da qualidade da água para consumo, do qual é rigorosamente fiscalizado, as pessoas podem ter acesso a melhores serviços em relação à distribuição de água, por exemplo, garantindo a melhoria contínua à população.

Além de contribuir para a melhora da qualidade de vida, isso contribui também para que o país se sobressaia em meio aos demais, destacando-se como país desenvolvido em meio a União Europeia e em meio aos demais países e continentes. Desenvolver programas, legislações e políticas destinadas às questões ambientais no geral, garante avanços à sociedade, e em especial em relação à água diante da situação em que este recurso está ao redor do mundo.

É fundamental o desenvolvimento de políticas nas diferentes sociedades para garantir que as pessoas tenham acesso a melhores serviços, para garantir a maior preservação da água e melhoria dos processos de captação e tratamento, como também para que as pessoas tomem maior consciência sobre a importância do uso racional da água, e da importância de elaborar iniciativas que contribuam para a sua preservação.

Ao analisar o território brasileiro, por exemplo, é possível destacar algumas leis em específico, ressaltadas por Trigueiro, que ainda que obsoletas mediante o período em que foram estabelecidas, mas ainda assim indicam o nível de preocupação do governo em relação à distribuição e tratamento da água.

Por exemplo, citamos a Lei de Curitiba:

A lei de Curitiba n. 10.785 de 18 de setembro de 2003 cria no município de Curitiba o Programa de Conservação e Uso Racional da água nas edificações (PURA), com o objetivo de instituir medidas que induzam à conservação, ao uso racional e à utilização de fontes alternativas para captação de água nas novas edificações, bem como à conscientização dos usuários sobre a importância da conservação desse recurso. (TRIGUEIRO, 2005, p. 140)

Como se pode observar, a legislação foi desenvolvida com a função de preservar e

conscientizar o uso de água pelas pessoas, especificamente para edificações, uma vez que seu consumo pode significativamente elevado em grandes prédios. Em busca da maior conservação deste bem, a lei se estabeleceu em limites de município como uma alternativa de regulamentar o uso consciente da água, uma vez que Curitiba representa uma capital bastante importante no Brasil, com grandes avanços na área de tecnologia, como também nas questões sociais.

Trata-se de uma estratégia importante, uma vez que em prédios e grandes construções seja comum que o uso de água seja extremamente grande, como também pode acontecer grandes desperdícios de água. E ao definir na legislação o uso racional da água em meio ao programa de conservação, cria-se maior preocupação em torno de pessoas e empresas envolvidas no consumo de água em edificações contribuindo diretamente para a conscientização de pessoas em relação ao uso da água.

Outro fator que é desencadeado em relação a este tipo de legislação é a conservação da água, pois, uma vez que a legislação define parâmetros para o uso consciente da água, as próprias empresas são levadas a investir em novas possibilidades, alternativas e métodos de utilizar a água, e até mesmo de reutilizá-las em algumas situações, como forma de garantir o seu uso racional, buscando também reduzir custos, o que acaba sendo vantajoso para ambas as partes envolvidas.

Além do mais, ao sugerir o uso de fontes alternativas de captação de água para as empresas, por exemplo, isto ajuda a criar esta cultura no meio empresarial, no qual as organizações buscam soluções para tornar o uso de água mais consciente, o que além de contribuir para o melhor uso da água captada, também contribui para o aumento da conscientização da água em meio ao território em que a lei se aplica.

Segundo o portal Tribuna PR, através da lei é modificado tanto a forma como a água é utilizada, mas também com as pessoas e empresas a percebem como bem da natureza, pois:

O decreto assinado pelo prefeito Beto Richa regulamentando a Lei 10.875 criou o Programa de Conservação e Uso Racional da Água nas Edificações (Purae). A lei estabelece as novas regras sobre o uso das águas tratadas, as águas servidas e as de fontes alternativas. A nova regulamentação também define que as águas de fontes alternativas, como as das chuvas, deverão ser destinadas a uma cisterna. De lá, a água será usada para regar jardins e hortas, lavagens de roupa, veículos, vidros, calçadas e pisos. (TRIBUNA PR, 2006).

Ao estabelecer novas regras a serem adotadas em relação a água tratada, as fontes alternativas acabam se formando como consequência, pois, as pessoas procuram buscar alternativas eficientes das quais reduzam o uso de água tratada e principalmente que

diminuem o seu desperdício.

O consumo racional de água é algo que é buscado há muitos anos, em meio às legislações desenvolvidas para padronizar o uso da água pela sociedade, e uma vez que as próprias capitais desenvolvem leis secundárias para auxiliar este controle e para aumentar a conscientização das pessoas é ainda melhor, pois, contribui para que o processo funcione. E a partir disto, em Curitiba o uso racional de água vai desde o consumo das casas diariamente, até o consumo de água para construções, e de priorizar as estruturas que permitam a reutilização de água da chuva para diferentes finalidades.

Isto cria na sociedade uma cultura diferente em relação ao consumo e reaproveitamento da água, fazendo com que as pessoas utilizem a água tratada, mas também saibam valorizar e incorporar às suas vidas o uso da água captada de fontes alternativas, como a água da chuva, por exemplo, que pode ser aplicada para diversos fins, sem prejudicar a vida das pessoas.

Outra providência ressaltada é que “para orientar a população, a prefeitura incluirá também o tema da conservação da água nas disciplinas ministradas nas escolas da rede municipal de ensino” (TRIBUNA PR, 2006), o que trata-se de uma iniciativa fundamental para garantir maior conscientização e maior participação das crianças e adolescentes neste processo de preservação da água. Uma vez que todos tenham maior conhecimento acerca da água e de suas características, como também do que deve ser feito para a sua preservação, o processo para o uso racional se torna mais viável à população.

Em grandes cidades é comum que o consumo da água possa ter um desperdício ainda maior, pois as empresas responsáveis pela distribuição e saneamento precisam contar com estruturas bem grandes para garantir que todas as pessoas tenham acesso à água e ao tratamento de esgotos. E muita água pode se perder neste processo mediante vazamentos, problemas no controle da distribuição e dentre outras situações que podem acontecer. Em meio a isso, grandes capitais, grandes cidades precisam ter uma legislação mais específica que auxilie o controle eficiente de uso e distribuição de água para a população.

Nas grandes capitais brasileiras, por exemplo, Rio de Janeiro e São Paulo a legislação da água destacada é direcionada tanto para o escoamento eficiente de água, como para a construção de reservatórios para a água captada, como é destacado por Trigueiro:

O Decreto Municipal do Rio de Janeiro n. 23,940 de janeiro de 2004 torna obrigatória a adoção de reservatórios que permitam o retardo do escoamento das águas pluviais para a rede de drenagem nos empreendimentos que tenham área impermeabilizada superior a 500m². A lei de São Paulo n. 13.276 de 4 de janeiro de 2002, torna obrigatória a construção de reservatório para as águas coletadas por

coberturas e pavimentos nos lotes, edificados ou não, que tenham área impermeabilizada superior a 500m² (TRIGUEIRO, 2005, p. 140)

Em ambos os exemplos, a regulamentação foi desenvolvida com o objetivo de aprimorar o consumo e descarte da água. Assim como o uso consciente, o descarte é uma característica importante a ser gerenciada na valorização da água, pois, uma vez que seja feita de maneira incorreta pode prejudicar e poluir diferentes locais, tornando o uso da água limpa ainda mais difícil. Como em esgotos, por exemplo, ou no escoamento de água da chuva, os municípios precisam contar com sistemas eficientes que façam o caminho correto para água, para que seja tratada, reencaminhada para diferentes fins, pois, todo o processo de captação uso e descarte de água precisam ser eficientemente projetados para a sua valorização e preservação do próprio ser humano.

Cada uma das legislações mostradas acima destacam importantes iniciativas para a captação da água, garantindo que sejam incentivadas as alternativas no caso de distribuição recaptação da água, o que é fundamental para racionalizar o consumo da água. Em grandes cidades, o escoamento eficiente da água, além de reduzir alagamentos e demais problemas que a falta de escoamento pode causar, traz maior segurança para as pessoas. A falta de escoamento pode desencadear outros problemas na convivência em áreas urbanas, o que é considerada uma questão social. Dessa forma, é importante garantir providências frequentes neste setor, para contribuir para que aconteça o tratamento correto da água, e o seu uso eficiente.

Ao analisar aspectos mais específicos do uso e valorização da água em São Paulo, por exemplo, ao longo dos anos são desenvolvidas discussões políticas ou sociais para buscar novas alternativas para o uso e preservação da água, debatendo também estrutura e iniciativas para o tratamento de esgoto e da poluição da água de diversas maneiras, como é ressaltado por Martins:

Em alusão ao Dia Mundial da Água, representantes de diversos segmentos da sociedade estiveram presentes no Auditório Teotônio Vilela no dia 14 de março para um debate em defesa da preservação dos mananciais e reservatórios de água. Segundo o Instituto Trata Brasil, São Paulo ocupa a 43ª posição em um ranking que reúne as 100 maiores cidades do Brasil quando se fala de esgoto tratado, e a 30ª na perda de distribuição. A pesquisa mostra que faltam investimentos no setor e leis rigorosas contra a poluição de mananciais. Estiveram no evento o diretor da Sabep, militantes, deputados, diretores do sindicato dos Trabalhadores em Água, etc. (MARTINS, 2018, p. 2).

Estas discussões são importantes para chamar maior atenção para este setor, como também para incentivar o maior envolvimento das pessoas em relação ao uso da água e da sua

maior valorização. A questão da água envolve medidas desde a sua captação, tratamento e principalmente descarte, o que envolve além de estruturas, maior investimento por parte dos setores públicos e privados, e dessa forma é uma questão que envolve toda a população, uma vez que é necessária a todos, como também envolve questões econômicas, sociais e políticas.

Na questão da maior valorização, o uso da água já se torna algo cultural também, pois, a maior conscientização precisa ser constantemente trabalhada para que se torne comum às pessoas, e que elas se acostumem a se preocupar mais com o consumo da água.

Neste encontro em específico tiveram presentes diretores de companhias de tratamento e distribuição de água, como também de pessoas envolvidas no processo de conscientização do uso da água, e políticos, o que torna importante a iniciativa tanto para envolver pessoas que realmente podem tomar providências relevantes. Outro aspecto importante é fazer este tipo de discussão em uma cidade grande, importante e relevante para todo o Brasil, que pode, através dos seus atos, disseminar a prática da valorização por várias outras capitais e cidades.

Estas iniciativas são importantes para garantir que a água possa ser distribuída de maneira equilibrada para os domicílios, empresas e indústrias a fim de suprir o seu uso diário e necessário a sua convivência em sociedade, como destaca Bos:

Para uso doméstico, a água deve estar disponível em quantidade suficiente para atender às exigências de consumo e higiene pessoal, e para cozinhar, preparar alimentos, lavagem de louça e roupa e limpeza. O enquadramento dos direitos humanos abstêm-se fornecer um valor absoluto global para definir quantidade suficiente, uma vez que dependerá de fatores contextuais. (BOS, 2017, p. 18)

A água é um bem utilizado para diversas atividades do dia a dia das pessoas, o que a torna indispensável e estritamente necessária. Dessa forma as empresas responsáveis pela sua distribuição têm a responsabilidade de fazer a sua distribuição de forma equilibrada para garantir que todos possam usufruir da mesma.

A falta de equilíbrio neste processo faz com que em uma mesma região, pessoas recebam a água, e outras tenham a dificuldade de ter acesso a mesma. E em busca do uso consciente por parte de todos é importante que este equilíbrio seja estabelecido em todos os lugares tanto pelas empresas responsáveis pelo seu fornecimento, como pelos próprios cidadãos que a recebem.

Para Triguieiro (2005, p. 140) “o acesso à água é um direito universal”. Por outro lado existem questões envolvidas que interferem neste processo, pois, é a partir do homem e das empresas que o caminho das águas foi desviado e a partir da mesma passou a ser captada e direcionada para indústrias responsáveis pela sua distribuição. Dessa forma, ainda que seja

um direito de todo o cidadão, é através destas empresas e indústrias que este direito pode ser fornecido ou não. Ainda que seja responsável delas empresas responsáveis pela captação, distribuição e dos diferentes estágios que constroem o fornecimento de água, trata-se de uma questão social importante que precisa ser administrada, pois:

O acesso universal à água potável e ao saneamento não pode ser alcançado de um dia para o outro. O termo realização progressiva refere-se ao princípio de que os Estados, como detentores de obrigações, têm o dever de agir, no melhor das suas competências e capacidades, para maximizar o progresso rumo a uma situação em que toda a sua população beneficie dos direitos humanos sem desigualdades ou discriminação. No entanto, para tal atingido serão necessárias contribuições de muitos intervenientes a nível local, nacional, regional e mundial. (BOS, 2017, p. 3)

O autor destaca a importância do envolvimento de mais pessoas neste processo, e até mesmo de representantes locais, municipais e nacionais que acompanhem este processo para que ele caminhe para o equilíbrio e fornecimento de água para todos. O acesso universal à água para todos tem questões logísticas e de planejamento a serem administradas pelas empresas, mas também sofre influência da estrutura mantida pelo município, o que torna este processo mais difícil para algumas regiões de situação mais precária.

Dessa forma, tratam-se de obstáculos a serem cumpridos e superados para que seja possível o acesso à água potável por todos. Além de um problema de estrutura, trata-se também de uma questão social e ambiental a ser administrada pelos órgãos e empresas responsáveis, que necessitam de atenção sobre os aspectos legais e políticos também.

Ao analisar a situação no Rio de Janeiro, por exemplo, os problemas derivados do uso e saneamento da água são outros, pois, além de buscar soluções para o abastecimento, busca-se também impedir que o oceano avance sobre a cidade.

Neste quesito, pode-se ressaltar iniciativas desenvolvida com a intenção de buscar no tratamento do esgoto uma solução para estes problemas, como também a criação de estruturas que modifiquem a forma como as empresas captam a água dos rios, para evitar que mediante a pouca água nos rios eles estejam mais salgados, dificultando o processo de tratamento. Este tipo de solução facilitaria, por exemplo, o saneamento e tratamento da água no Rio de Janeiro, mas também em demais capitais ao redor do mundo que tem ligação direta com os mares e oceanos, o que se torna uma informação relevante não somente para o tratamento e distribuição da água no Brasil.

Outra providência importante para o Rio de Janeiro seria maior investimento e melhores estruturas para o reuso da água, como é ressaltado na legislação abaixo:

**A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
RESOLVE:**

Artigo 1º- Os órgãos integrantes da administração pública estadual direta, das autarquias, das fundações instituídas ou mantidas pelo poder público, das empresas em cujo capital do Estado do Rio de Janeiro tenha participação, bem como as demais entidades por ele controladas direta ou indiretamente, ficam obrigados a utilizar água de reuso não potável, sempre que houver este recurso disponível, consoante os critérios a serem estabelecidos em regulamentação posterior.

Parágrafo único: Para os efeitos do “*caput*”, entende-se por reuso a utilização da água por mais de uma vez, após um tratamento adequado, podendo este ser proveniente:

1. das Estações de Tratamento de Esgoto, ou **2.** de outros sistemas próprios implantados para tal finalidade.

Artigo 2º- A água de reuso deverá ser utilizada, exclusivamente, para fins não potáveis nas seguintes atividades: **I-** Agricultura em geral; **II-** irrigação de áreas verdes, parques, jardins, áreas turísticas, campos de esporte; **III-** lavagem de veículos públicos de qualquer tipo; **IV-** lavagem de pisos, pátios e logradouros públicos; **V-** desobstrução de rede de esgoto; **VI-** combate a incêndios; **VII-** outros usos similares.

Artigo 3º: O reuso de água não potável será feito de forma planejada, e atender necessariamente aos seguintes critérios: **I** - proteção da saúde pública; **II** - manutenção da integridade dos ecossistemas; **III** - uso sustentado da água. (Jeovani, 2015, p. 2).

Nesta legislação, por exemplo, são determinados aspectos e permissões para a utilização da água de reuso em situações e locais específicos. Em meio a estas definições é possível garantir a preservação de uma grande quantidade de água, uma vez que não é necessário utilizar água tratada para estes fins, mas sim água de esgoto que passa novamente pelo tratamento de purificação tornando-a possível de ser reutilizada.

Com aplicação para a agricultura e irrigação, lavagens de veículos e dentre outros exemplos mostrados anteriormente, a população consegue praticar o uso racional da água, como também reduzir drasticamente o uso comum da água tratada, o que contribui para a sua maior valorização.

Estas são providências para a cidade do Rio de Janeiro, porém, a solução do reuso de água é algo comum em várias cidades mundo afora, como destaca Jeovani:

Existem muitas cidades do mundo que já reusam água. O Fantástico já mostrou isso. Las Vegas, nos Estados Unidos, construída no meio do deserto tem água abundante. Mas nem é necessário ir tão longe: Búzios, Região dos Lagos, Rio de Janeiro. Para virar água de reuso, o esgoto existente na região passa por estações de tratamento equipadas com filtros especiais e membranas, que retiram todas as impurezas. (JEOVANI, 2015, p. 3).

Isso mostra que várias cidades já tornaram a providência da reutilização da água algo comum, zelando pela preservação e uso consciente deste recurso natural. Este tipo de providência faz com que, em cidades como Las Vegas, citada acima, localizada no meio do deserto, disponha de água para ser utilizada tanto pela população, como pelos muitos turistas

que visitam a cidade diariamente. Ou seja, sem esta medida, faltaria certamente água na cidade de forma recorrente.

A valorização e a utilização consciente deste recurso natural podem ser realizadas de maneiras diversas. Contudo, é fundamental que os movimentos sociais e a legislação caminhem a par, para melhor responsabilizar os cidadãos em geral e as indústrias poluentes em particular.

1.2 A questão da falta de água: alguns dados estatísticos

Atualmente muitas localidades passam por um período de crise no abastecimento e fornecimento de água. Grande parte deste problema se dá pela distribuição desequilibrada de água nos lugares, mas principalmente pelo seu consumo desenfreado por parte da população. O consumo em excesso tem causado a falta de água para muitas pessoas que tem a ver também com o descarte incorreto que muitas empresas de fornecimento de água realizam. Caso isso não acontecesse grande parte da água que poderia ser reaproveitada para outros fins.

O que se vê atualmente na causa da água é uma consequência das ações do homem na sua relação com a natureza, como é destacado abaixo:

O planeta Terra, durante o processo de desenvolvimento da humanidade, tem passado por diferentes momentos: destruição da natureza, desmatamento, poluição do ar, contaminação das águas, crescimento desordenado das cidades, desaparecimento de rios e excesso de concreto e asfalto nos grandes centros urbanos. Tudo isso, provocou as chamadas mudanças climáticas em todo o planeta. (ALTAMIRANO, LOPES FILHO, 2004, p. 77)

O crescimento da população, o avanço na construção dos centros urbanos, e a extração de recursos de maneira incorreta são ações desenvolvidas pelo ser humano há muito tempo, e atualmente é possível perceber as consequências que estas ações têm causado à sociedade em geral. Tanto a destruição da natureza, como a poluição da água e do ar, as contaminações frequentes, as doenças que daí advém são resultado da ação do homem na natureza, e da própria natureza desenvolvendo ações para tentar se reequilibrar em meio às ações do homem.

Como ressaltada acima ao longo da evolução do homem as suas ações acabaram gerando uma série de consequências para o convívio em sociedade, que alterou as condições da água a ser captada para o homem. O crescimento das cidades tanto em estrutura como em número de pessoas alterou muitas partes da natureza, causando a escassez de muitos recursos

essenciais ao homem. A discussão em torno destas questões que agora está na ordem do dia visa conceber meios de amenizar este cenário novamente, reequilibrando as ações do homem na natureza.

E diante disto, as respostas da natureza, tendo poucos recursos a serem utilizados, fornecendo pouca água, e ar contaminado, são exemplos visíveis do que a ação inconsequente do ser humano causou. “A Terra reserva a água em diferentes compartimentos, com diferentes tempos de residência. Os maiores são chamados de oceanos, e a água permanece nesses reservatórios por aproximadamente 3 mil anos”. (ONLINE EDITORA, 2016, p. 10). Ainda assim, os locais onde a água tem maior concentração são os que a água não pode ser consumida, pois, não é potável.

Isso dificulta o acesso à água por parte do homem, como também torna a captação e distribuição da água algo muito difícil. Outro fator desencadeado pela má distribuição da água ao redor do mundo é a falta de água em muitos países e continentes. Assim como a água se concentra em diferentes localidades – mesmo a água salgada que não pode ser consumida – existe também uma má distribuição de água em determinados países, fazendo com que muitos países tenham acesso à água mais facilmente do outros, o que cria grande desigualdade na captação e distribuição deste bem.

Toda a água disponível nos vários pontos do globo, para que pudesse ser utilizada para distribuição ao ser humano, teria que passar por um grande processo de tratamento, o que envolve um grande investimento de países que muitas vezes não tem os recursos disponíveis para isso. Diante dos muitos obstáculos que impedem o abastecimento de água a toda a população, o processo deve ser visto como um problema social a ser solucionado, como destacam Heller e Pádua:

A importância do abastecimento de água deve ser encarada sob os aspectos sanitário e econômico, sem que o segundo prevaleça sobre o primeiro. Num quadro de escassez hídrica, o consumo humano e a dessedentação de animais são considerados usos prioritários. A água é a substância mais abundante nos sistemas vivos, perfazendo 70% ou mais da massa da maioria dos organismos através da urina (53%), pela evaporação da pele e dos pulmões (42%) e pelas fezes (5%), ela precisa ser reposta através da ingestão de líquidos e alimentos que a contenham. (HELLER, PADUA, 2006, p. 157)

Os dados mostram que grande parte do planeta é composto por água, mas em sua maioria ela não é potável, o que torna impossível o consumo pelos humanos, mas pelos animais, como destacado acima. É fundamental que o abastecimento de água seja revisto para fornecer água às populações, sem distinção de classe social, situação econômica, permitindo

que países pobres ou ricos tenham o mesmo tipo de tratamento, e também tenham acesso ao saneamento, que é de direito de todo o ser humano.

Como visto acima, a água é um elemento fundamental os seres humanos e dos animais, sendo responsável pela funcionalidade do organismo e das funções básicas para a sua sobrevivência, e isso torna o acesso à água um direito.

Ao analisar a escassez de água, que é um problema grave em alguns locais do planeta, é possível destacar a relação do homem neste processo. Segundo Altamirano e Lopes Filho (2004, p. 73) “ao longo do século passado, a água passou a ser uma presença quase invisível, sempre presa na torneira e pronta para ser consumida e usada na hora que desejarmos”. Isso significa que o acesso fácil ao consumo da água fez com que o ser humano deixasse de se preocupar com a mesma, e de pensar que no futuro este elemento poderia se tornar escasso em meio ao uso do ser humano.

O que deveria ser valorizado pelas pessoas passou despercebido em meio ao crescimento da população e aos avanços tecnológicos desenvolvidos e adotados em indústrias e empresas. Assim como a preocupação com a água, outras situações de risco ambiental surgiram ao longo da história do homem em sociedade. Atualmente se tornaram foco de empresas e campanhas de sensibilização, os desmatamentos, a poluição em vários lugares, a falta de recursos da natureza a serem extraídos e de entre outros aspectos.

O crescimento dos grandes centros urbanos e da sociedade como um todo tornaram estas ocorrências invisíveis os olhos da sociedade, mas em meio ao aumento da preservação, da sustentabilidade e da responsabilidade social e ambiental que se estabeleceu ultimamente, estas questões voltaram à tona, despoletas pelas questões das alterações climáticas.

Um fator importante a ser destacado é que o desequilíbrio de crescimento na sociedade faz com que cada vez mais sejam frequentes os casos de falta de água, sendo que:

Mais de um bilhão de pessoas, cerca de 16% da população mundial, tem problemas de acesso à água potável e 2,4 bilhões, 30% da população, não tem acesso a esgotamento sanitário. Estima-se que entre dez mil e vinte mil crianças morrem todo dia, vítimas de doenças de veiculação hídrica. Mais de 20% de todas as espécies de água doce estão ameaçadas ou em perigo, em razão dos problemas ambientais, causados pelo uso da água e pela poluição. (NASCIMENTO, 2006, p. 167)

Como visto acima, os percentuais de falta de água são preocupantes, e ainda assim outro fator se torna um problema para as populações, a saber, a poluição resultante da falta de saneamento, escoamento e de esgotos eficientes. Assim, a poluição nas águas acaba causando doenças e demais problemas em boa parte da população, aumentando ainda mais os

problemas sociais.

E ao analisar em específico os casos de falta ou escassez de água ao redor do mundo é possível destacar diferentes exemplos, tanto de regiões que já possuíram água em abundância, mas que passam agora por problemas de escassez deste recurso, como também regiões e países que sempre sofreram com a falta de água, em face da localização geográfica e a escassez local deste recurso, como destaca Pena:

Existem casos de países que até possuem uma quantidade moderada ou regular de reservas hídricas, mas que sofrem com a falta de água. Nesses casos, os problemas econômicos e políticos impedem maiores investimentos em fornecimento de recursos hídricos para a população, como é o caso de vários países do continente africano e também da Ásia. (PENA, 2016, p. 3)

Isso mostra que muitos países têm condições de fornecer água à sua população, uma vez que, possuem reservas moderadas de água, mas, em meio às alterações é necessário um maior investimento em estruturas, tecnologias de controle e distribuição, como também em novos métodos de tratamento da água, que tornassem a distribuição mais equilibrada, e que auxiliassem a combater a falta de água, em alguns momentos.

A falta de recursos para investir na melhor distribuição da água impede muitos países e regiões de terem um melhor serviço de saneamento em geral. A falta de investimentos e de recursos de alguns países acaba gerando também crises específicas de falta de água, até mesmo em países e regiões que não tem problemas com abastecimento de água, o que mostra que a falta destes recursos pode ser ocasionada por diferentes situações.

A ausência de planejamento também pode atrapalhar o abastecimento de água, tanto por falta de captação de água em períodos de pouca chuva, como também pela falta de tratamento de esgoto e de entre outros problemas. Para compreender melhor a situação de países e regiões que passam por problemas de abastecimento de água, abaixo segue a lista de regiões mais vulneráveis à escassez de água elaborada pela Maplecrof, agência de consultoria britânica no ano de 2016.

1. Bahrein	O país mais pobre do Oriente Médio é também o que mais sofre com a escassez de água. Mais da metade do território do Bahrein é desértico ou semidesértico.
2. Qatar	No Qatar, a escassez de água é apontada pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO) como o principal problema. A ausência de rios perenes faz com que a agricultura seja quase inteiramente dependente de irrigação com água bombeada. Estima-se que os aquíferos de Qatar se esgotarão entre 20 e 30 anos, se mantidas as taxas atuais de retirada das águas subterrâneas.
3. Kuwait	Rodeado pelo deserto, o Kuwait é considerado o país mais seco do mundo e o único

	onde não existe água doce. Não há, ao longo de seus 18 mil km ² de território, nenhuma reserva, rios ou lagos, nem mesmo aquíferos subterrâneos de água doce. Aproximadamente 75% de toda a água potável consumida no país precisa ser dessalinizada ou importada.
4. Líbia	Como um país desértico, a Líbia sofre para encontrar água fresca. Seus recursos hídricos, além de limitados, são mal distribuídos pelo território.
5. Djibouti	O quinto país à beira da seca, segundo o ranking da Maplecroft, é vizinho da Etiópia, a Somália. Com clima quente e seco durante todo o ano, Djibouti não possui rios perenes e registra apenas 150 mm de chuva por ano.
6. Emirados árabes	O clima do país é árido, com temperaturas muito elevadas no verão. Para driblar este cenário nada favorável, os Emirados têm investido em unidades de dessalinização da água do mar. Só Dubai deverá investir cerca de 20 milhões de dólares neste sistema nos próximos sete anos. Até 2025, estima-se que será necessário investir 200 milhões de dólares em programas de infraestrutura e de tratamento de esgoto.
7. Iêmem	O Iêmem é a sétima nação do mundo em risco extremo de secar. Mantidos os ritmos atuais de extração, os poços que abastecem a capital Sanaa podem praticamente desaparecer nos próximos dez anos.
8. Arábia Saudita	A Arábia Saudita é outro país que vive a crise da água de forma dramática. Pela falta de corpos hídricos na superfície, o abastecimento de água potável para o consumo e para outras atividades agrícolas e industriais é quase que totalmente garantido por fontes subterrâneas.
9. Omã	A incerteza paira sobre os recursos hídricos deste pequeno país árabe. Secas constantes e um número limitado de chuvas ajudam a aumentar as pressões sobre o fornecimento de água para uso agrícola e também doméstico.
10. Egito	Verões rigorosos, demanda crescente e aumento constante das tarifas tornam a situação do abastecimento de água no Egito bastante complicada. Faltam sistemas de saneamento em larga escala e menos de 15% da população conta com esgoto tratado.

Fonte: Maplecroft (2016, *apud*, Barbosa (2016).

A lista em questão reúne países com maior carência de água, como também algumas regiões que já sofrem com este problema. Há um conjunto de questões ambientais que mais conduzem esta situação, uma vez que nas regiões faltam rios, mares, climas que dificultam a captação de água da chuva. Tal obriga os governos a importar a água, ou até mesmo investir em sistemas de tratamento e captação que possam amenizar a falta de água e facilitar a vida das populações. Nas regiões do Oriente Médio, como na África e demais regiões em que as condições climáticas são adversas à captação de água, o problema agrava-se, pois é necessário um investimento ainda maior em sociedades que não tem condições econômicas para implementar estes programas de captação deste recurso natural.

Noutras regiões com problemas de água, como os Emirados Árabes que têm maiores recursos financeiros ao dispor, são desenvolvidas continuamente estratégias e alternativas para que este problema seja solucionado. Por outro lado, é comum que, em regiões de deserto ou semideserto, a falta de água aconteça, pois as condições climáticas e de solo contribuem para estas situações de carência dos recursos hídricos.

Nestas regiões carenciadas de água, tanto o consumo pelas populações é prejudicado, como a irrigação de plantações e a criação de gado, o que indiretamente acaba atrapalhando a produção agrícola e animal da região. Planejar alternativas e soluções para o abastecimento de água é fundamental para contornar este problema em várias partes do mundo, mas, por outro lado, soluções inteligentes e eficientes também podem ser criadas em momentos de crise, como aconteceu em Nova Iorque há alguns anos.

Na época, na comunicação social, abordou a situação de falta de água em São Paulo da seguinte forma:

“A maior cidade do país está ameaçada pela falta d’água”, “o nível das represas caiu a 25% e a população teme um racionamento”. São Paulo? Não: Nova York – em 1990. À época, a metrópole americana encarava a terceira seca consecutiva e discutia soluções para contorná-la. Autoridades e empresários defendiam a execução de obras, como a construção de novos reservatórios. Uma voz, porém, discordava. Para Albert Appleton, então chefe do departamento de águas da cidade, o melhor seria reflorestar os mananciais, consertar vazamentos e conscientizar a população. O incrível foi que a solução de Appleton venceu a disputa. Nova York comprou terras em Catskills, onde estavam as represas, e passou a recuperá-las. Também pagou a fazendeiros para que conservassem a região. (CARVALHO, 2016, p. 2)

De entre as providências tomadas destaca-se a melhor preservação dos rios da região, melhor gestão e planejamento do funcionamento das represas adquiridas e recuperadas, e modificações nos encanamentos que direcionavam o fluxo de água para o consumo urbano. Tal permitiu não só uma redução no consumo, como também o aumento do consumo consciente, ainda que a população da cidade de Nova York continuasse a aumentar nesta altura.

O plano de Albert garantiu mudanças significativas, contornando o problema da falta de água na cidade de Nova Iorque, ao incentivar melhores hábitos para o consumo, uma vez que atualmente o abastecimento segue equilibrado, e a água da cidade se tornou referência para as demais cidades e regiões. Isso mostra como soluções criativas e eficientes podem contornar grandes casos de crise de falta de água, e pode ser o que muitos países estão precisando.

Esta solução reuniu planejamento, soluções de engenharia e também melhor administração em relação às ações necessárias para preservação. Desta forma, o plano de Albert desenvolvido na época permitiu uma mudança drástica no consumo de água em Nova Iorque, sendo que permitiu também reduzir os reflexos deste problema que poderiam acontecer ao longo dos anos.

Outro exemplo de soluções inteligentes para a escassez de água aconteceu na Costa

Rica, em que a solução encontrada foi a dessalinização das águas na região de Guanacaste:

Desde o final de 2014, Guanacaste, a segunda maior província da Costa Rica, experimentou uma das piores secas registradas na sua história. Com a seca, a recarga do aquífero diminuiu, aumentando a salinidade das poucas águas subterrâneas restantes nos aquíferos costeiros. Além disso, não há infraestrutura para transportar água em longas distâncias. Devido a uma seca local em curso, o Reserva Conchal – um resort de praia, campo de golfe e spa na Costa Rica – enfrentava escassez de água por vários anos, com mais anos de seca esperados no futuro. (PORTAL TRATAMENTO DE AGUA, 2017)

Uma vez que a região de Guanacaste tem como principal atividade o turismo, a falta de água poderia prejudicar esta atividade diretamente, fazendo com os rendimentos da população diminuíssem bastante. A implementação de um sistema silencioso e eficiente de dessalinização da água do mar foi a medida adequada que não interfere com o funcionamento dos resorts turísticos. Foi assim possível não só regar os campos de golfe, como também encher as piscinas das estâncias turísticas, sem causar grandes impactos ambientais.

Neste caso, a empresa responsável, mediante recurso a tecnologias e planejamento eficiente pode contornar a situação de falta de água na região, além de contribuir para o crescimento das atividades turísticas realizadas, beneficiando tanto a população residente, como muitos turistas que passam pelo lugar.

Ao analisar as consequências que a falta de água tem em determinadas regiões, percebe-se que não somente a população sofre com isso, mas também os animais, as plantações, uma vez que todos os seres vivos precisam de água para sobreviver. Como exemplo, pode-se destacar o caso de falta de água em Portugal, no qual a seca nos locais e a falta de chuva agrava cada vez mais o problema de abastecimento e do consumo da água para as atividades da agricultura. Segundo Martinho (2017, p. 1) todo o país sofre com uma grande seca que já atingiu cerca de 75,2% do território.

No Inverno de 2016/2017 pouco choveu e a precipitação ao longo deste ano foi também muito baixa. Está a ser um ano seco e quente. Aliás, o Verão foi mais quente e seco que o normal, e prolongou-se para os meses seguintes. Segundo dados do Instituto Português do Mar e da Atmosfera (IPMA), cerca de 81% do país estava em seca severa e 7,4% em seca extrema a 30 de Setembro. Em Outubro a situação agravou-se: no final do mês, todo o território continental encontrava-se em situação de seca severa (24,8%) e extrema (75,2%). Tudo porque choveu 30% do valor normal. O Outubro de 2017 foi o mês de Outubro mais quente dos últimos 87 anos, ou seja, desde que há registos (1931), com um valor médio da temperatura média do ar cerca de 3 °C acima do valor normal. (MARTINHO, 2017, p. 2)

A solução para este problema seria maior pluviosidade, mas infelizmente Portugal, assim como vários outros países e regiões, não se pode mais contar com a água da chuva para

resolver os problemas de abastecimento e distribuição de água, pois há muitos anos que não se tem mais certeza de quando vai chover ou se a quantidade de água da chuva será suficiente para as necessidades de consumo.

Em face das mudanças climáticas muitas civilizações foram afetadas, pois as chuvas demoram a acontecer diante da maior poluição ambiental, o solo também não é mais tão produtivo, e a pesca nos rios e mares começa a escassear. Já não temos chuva em diferentes épocas do ano, o que aumenta os problemas de abastecimento e consumo de água, a cada ano. Como sublinhado acima pelo autor, a seca em Portugal se origina da falta de chuva, bem como do prolongamento do tempo de verão, o que, além de atrapalhar as atividades de agricultura e demais produções, também prejudica os pastos para os animais, dado que agrava a seca do solo e a diminuição dos recursos hídricos.

Diante desta situação, os animais não estão devidamente nutridos ao ingerir pouca água e pasto, o que acaba por levar ao aumento dos bens de consumo. Isso obriga o governo a desenvolver medidas que reduzam o consumo de água da população, que já sofre com falta de água em alguns locais, o que cria o estado de alerta de norte a sul no país.

E o mesmo acontece no Brasil que, embora tenha bastante água potável em algumas regiões, noutras verifica-se seca extrema, como no Nordeste, por exemplo. Contudo, em grande parte do Brasil existem condições climáticas e ambientais que permitem a captação de água, o que faz com que cada vez mais as populações desperdicem este recurso.

As águas residuais geridas com segurança são uma fonte acessível e sustentável de água e nutrientes para a agricultura de irrigação, que é responsável por 70% da água consumida no mundo. “Estamos passando a maior seca do semiárido dos últimos anos. O gado está morrendo sem água e sem alimento. Mas as pessoas ainda estão vivendo lá e estão usando água, então temos algum efluente sendo lançado”. (VERDELIO, 2017)

Como forma de resolver o assunto da falta de água, pode-se destacar, por exemplo, a falta da legislação que regulamente o consumo de água, a fim de que a distribuição e consumo deste recurso se tornem mais equilibrados. No Brasil, por exemplo, falta legislação referente à reutilização de água, o que faz com que as pessoas e empresas tenham o costume de utilizar apenas a água captada e tratada.

Em contrapartida, se a legislação fiscalizasse o consumo e incentivasse o reuso de água, esta poderia ser reaproveitada na lavagem de veículos e de ruas, entre muitas outras situações. Mas para isso é fundamental priorizar leis que busquem esta mudança de hábito.

“Não temos a tradição do reuso porque o Brasil tem essa teoria da abundância [12% da água doce do mundo está no Brasil]. E agora estamos notando que, apesar de termos muita água, a distribuição não é uniforme e temos regiões extremamente carentes em água. Isso está provocando uma discussão mais forte em relação a reuso”, disse. (VERDÉLIO, 2017, p. 2)

Após muitos anos, a população passou a perceber que, mesmo com a água em abundância, os problemas iriam aparecer mais cedo ou mais tarde. Agora são necessárias soluções para reduzir os casos de falta de água, que passam pelo racionamento, bem como melhores hábitos de consumo locais. Fundamentalmente, são precisas campanhas de sensibilização para o consumo consciente e moderado da água que auxiliem este processo de mudança de hábitos de consumo na sociedade.

1.3 A constituição do WWF como organismo de preservação ambiental

O WWF, sigla usada para World Wide Found for Nature é uma ONG (Organização não governamental) internacional que atua nas áreas da conservação, investigação e recuperação ambiental, anteriormente chamada World Wildlife Fund, nome oficial ainda em uso nos Estados Unidos e Canadá. Foi fundada em 29 de abril de 1961, em Morges, na Suíça por um grupo de cientistas preocupados com a devastação da natureza, com o propósito de atuar como uma instituição de financiamento de grupos de conservação ambiental, como a União Internacional para a Conservação da Natureza e dos Recursos Naturais.

O nome desta ONG foi mudado em 1986 devido à expansão e orientação da sua atuação para a preservação do ambiente como um todo (que reflete a interdependência de todos os seres vivos), em vez de se concentrar em espécies selecionadas, de forma isolada. A sigla WWF foi mantida para que as campanhas de sensibilização possam assumir uma dimensão verdadeiramente internacional.

A partir da sede, na Suíça, a entidade se tornou uma rede mundial de defesa do meio ambiente, com representação institucional em muitos países do mundo. A rede é apoiada por pessoas de diferentes origens, focadas no mesmo objetivo: garantir a preservação do planeta em que vivemos. É a maior organização independente do seu gênero no mundo, com mais de 5 milhões de associados a nível mundial, que trabalham em mais de 100 países nos cinco continentes, que estão a implementar aproximadamente 1300 projetos de conservação ambiental.

Esta ONG começou a desenvolver campanhas em defesa das espécies de animais, como foi o caso do urso panda na China, que é o símbolo da própria instituição. Hoje a

entidade entende que a natureza vai muito além dos animais e das plantas, por isso tem investido cada vez mais em campanhas em defesa das mais diferentes causas relacionadas com a natureza. Edita livros, revistas e cartilhas que ensinam a preservar o meio ambiente. Combate a destruição das florestas, a caça aos animais ameaçados de extinção, a poluição e o desperdício dos recursos naturais, mediante implementação campanhas disseminadas via internet.

1.4 Marketing verde: comunicação ao serviço da defesa ambiental

O marketing verde, ou marketing ambiental é a estratégia de marketing voltada ao processo de venda de produtos e serviços em articulação com a preservação do meio ambiente. Começou e tomou força ainda nos anos 60, juntamente com o despertar da sociedade e da política para a necessidade imperiosa de conscientização ecológica e ambiental.

O marketing verde ou ambiental pode ser definido como o processo de gestão holística responsável por identificar, antecipar e satisfazer as necessidades dos clientes e da sociedade, de maneira rentável, consciente e sustentável. Segundo Polonski, o marketing verde contempla todas as atividades que visam gerar e viabilizar todo e qualquer tipo de troca com a intenção de satisfazer as necessidades dos consumidores e da sociedade, de maneira sustentável.

“Marketing Verde ou Ambiental consiste em todas as atividades desenvolvidas para gerar e facilitar quaisquer trocas com a intenção de satisfazer os desejos e necessidades dos consumidores, desde que a satisfação de tais desejos e necessidades ocorra com o mínimo de impacto negativo sobre o meio ambiente.” (POLONSKY 1994)

Com o aumento do aquecimento global, com a existência de várias campanhas alertando a população sobre um real risco em todo mundo, há uma forte onda de conscientização entre a população, preocupada com a sustentabilidade do planeta.

No Brasil, por exemplo, o WWF está trabalhando na campanha “Água Para a Vida, Água Para Todos” é uma iniciativa com o objetivo de mudar a visão da sociedade, a médio e longo prazo, para que a mesma deixe de considerar a água apenas como um bem a ser consumido e passe a entender que este recurso é um suporte para a vida. Para o efeito, a entidade tem investido em campanhas, focadas no sudeste e sul do país, onde o abastecimento de água é abundante e as pessoas têm a ideia falsa e/ou errada de que ela nunca vai acabar. Outra atitude errada identificada pela referida ONG é de que, em conversas com a população,

muitos diziam abertamente “eu pago a conta de água, gasto o quanto eu quiser”, ou seja, essa ideia de que se eu pago, eu sou dona daquele bem não é certa. Por isso, também há campanhas feitas pelo WWF em que mostram paisagens que antes eram bonitas e verdes, secas e sem vida.

1.5 Histórico das campanhas sobre preservação da água

Analisar a relação da água com o homem ao longo dos anos é algo complexo, uma vez que as formas de consumo devem ser equacionadas. Assim, como o homem precisa da água para a sua sobrevivência, bem como para as diferentes atividades do seu cotidiano, nos últimos tempos desenvolveram-se campanhas de sensibilização para preservação deste bem. Atualmente são desenvolvidas campanhas em busca do melhor consumo da água por parte das pessoas, tanto em locais onde a água existe em abundância, como nos locais onde existem casos de falta de água. Tal não é uma tarefa de dificuldade, uma vez que nos dias atuais já se pode sentir uma série de consequências do consumo desenfreado de água ao longo do tempo.

As campanhas de defesa dos recursos ambientais desenvolvem atualmente um papel importante ao fomentar consciência sobre questões ambientais na mente das pessoas, para que possam ter conhecimento sobre a situação real do consumo, captação e distribuição de água nas sociedades. Na sua maioria, este tipo de trabalho é desenvolvido por ONGs, ou seja, organizações não governamentais específicas, com a função de desenvolver campanhas que chamem a atenção para casos críticos de degradação ambiental e para situações de alerta ambiental, entre outras.

Assume destaque o trabalho em defesa do ambiente do WWF. Trata-se de uma organização não governamental, dedicada a ações para a conservação da natureza, como também para harmonizar a ação do homem em relação à biodiversidade, buscando maior sensibilização e conscientização sobre os recursos naturais, por forma a garanti-los às gerações futuras. Em meio a estes objetivos, a organização foi fundada e suas ideias compartilhadas por todo o mundo, tendo em vista o desenvolvimento de sedes da organização nos mais diferentes países.

Com quase cinco milhões de associados distribuídos em cinco continentes, a Rede WWF é a maior organização do tipo no mundo, atuando ativamente em mais de cem países, nos quais desenvolve cerca de 2 mil projetos de conservação do meio ambiente. Hoje, com sede na Suíça a instituição pode afirmar confortavelmente que teve um papel crucial na evolução do movimento ambientalista mundial. Desde 1985, o WWF investiu mais de US\$1,165 milhões em mais de 11 mil projetos em 130 países. Cada um deles é parte importante na campanha mundial para deter a

aceleração do processo de degradação da natureza no mundo e para ajudar cada ser humano a viver em harmonia com o meio ambiente. (WWF, 2018, p. 2)

Trata-se de uma rede composta por várias organizações e escritórios em diferentes países que partilham do mesmo objetivo de compromisso com a causa de defesa ambiental, ou seja, de defesa dos recursos naturais do planeta. Desde a sua origem, o WWF desenvolve diferentes atividades e ações em busca da conservação e da preservação dos recursos, instituindo-se no Brasil sob a designação de Fundo Mundial da Natureza (World Wildlife Fund).

O WWF Brasil é responsável por uma série de campanhas desenvolvidas em razão da causa ambiental do consumo de água. Ao analisar a evolução das campanhas ao longo dos anos, pode-se destacar a aspectos discursivos constantes ao longo do tempo, bem como o desenvolvimento de novas estratégias discursivas, em face de novos desenvolvimentos e estudos no campo ambiental.

Anteriormente, o assunto da preservação da água enquanto recurso natural era tratado de maneira mais amena, no sentido de demonstrar a importância deste recurso para sociedade, porém sem abordar consequências mais graves da falta deste recurso natural. Como exemplo, algumas campanhas veiculadas no Brasil, por volta no início dos anos 2000, nas quais as organizações se empenharam em criar vídeos estimulando o uso consciente da água, fazendo uso de ilustrações de índole metafórica para que fossem veiculadas nas escolas, a fim de sensibilizar e persuadir as crianças a preservar este recurso.

Estas campanhas de sensibilização ambiental, por exemplo, além de alertarem crianças para os aspectos que norteiam a preservação da água, enquanto recurso natural, assumiram também uma relevância no meio digital, sob a forma de diversos suportes escritos e multimodais.

Neste mesmo período, foram desenvolvidas muitas pesquisas e estudos acerca da água que conduziram a algumas descobertas relativas à captação e consumo deste recurso natural. Em meio a isto se tornaram necessárias cada vez mais campanhas que propagassem a ideia de consumo consciente e, principalmente da preservação deste recurso natural imprescindível para a sobrevivência humana.

Em meio a isto, pode-se destacar algumas campanhas desenvolvidas, a fim de chamar a atenção das pessoas, mediante recurso a metáforas, simbologias e de entre outros instrumentos para persuadir e promover maior consciência nas pessoas. Passamos a chamar a atenção para um vídeo de uma campanha contra o desperdício da água.

Figura 1 – Campanha WWF para preservação da água, disponível no Youtube

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=vLfo9tTMaVk>

Neste exemplo acima, a campanha desenvolvida pelo WWF mostra uma situação comum no contexto familiar, em que os pais acompanham os primeiros passos do filho. Mas, diferentemente do esperado, em vez de a criança caminhar de um progenitor para outro, ela caminha até a torneira para fechá-la, enquanto é dita a frase “A água é muito preciosa para ser desperdiçada”.

Como uma forma de chamar a atenção para a importância da água para a sobrevivência do homem, a campanha mostra claramente a iniciativa de economizar no consumo de água e de preservá-la vindo de uma criança, a fim de alertar o público para a importância de que esses hábitos sejam adotados desde tenra idade.

Como instrumentos as campanhas de preservação da água contam com a criatividade na construção das campanhas de sensibilização, estas conseguem influenciar e persuadir as pessoas relativamente à forma como abordam o consumo, o descarte, o tratamento e a captação da água na natureza, que são etapas que envolvem o manuseio da água no contexto social.

E, ao analisar campanhas, como o exemplo, anteriormente veiculadas por volta de dez anos atrás, a criatividade e a simbologia foram elementos utilizados em diferentes campanhas para garantir a maior aceitação das pessoas, como também para chamar a atenção das mesmas.

Outro exemplo de campanha da mesma época pode ser visionada no vídeo mediante acesso ao link abaixo:

Figura 2 – Campanha WWF Água para todos, disponível no Youtube



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=8Y_oozE9gdA

Nesta campanha pode-se perceber uma abordagem mais direta em relação ao consumo da água. No vídeo são mostrados jornais em que os títulos a cada página fazem menção ao petróleo e a água, fazendo uma comparação relativa à importância de ambos para a sociedade, pondo em destaque como a água é o único recurso verdadeiramente essencial ao ser humano. Com frases impactantes como: “Sem petróleo dá para viver, sem água não” e, “Participe da Campanha água para vida, água para todos”, o vídeo chama a atenção para a prática de melhores hábitos do consumo da água, e principalmente para a necessidade de preservação deste recurso natural, uma vez que sem ela, a civilização não teria como sobreviver.

Para compreender melhor a forma como a metáfora se apresenta nestas campanhas, recorremos a Lakoff e Johnson (1980/2003) que ressaltam que a metáfora é uma condição cognitiva humana que auxilia no processo de construção de sentido. E a partir dos mapeamentos metafóricos entre diferentes domínios cognitivos são frequentemente criados novos conceitos, reconfigurando a maneira de pensar e a forma de compreender o mundo.

Isso mostra que, ao fazer uso da metáfora, criam-se mais possibilidades de entendimento de aspectos complexos da realidade. A metáfora multimodal, tendo por base a metáfora conceitual, estimula este tipo de pensamento, pois, através de projeções e mapeamentos conceituais envolvendo vários modos, o receptor da mensagem é induzido a fazer uma interpretação mais concreta e precisa do que está sendo abordado no modo visual, com reforço no modo textual.

Uma vez que uma campanha faz o uso de uma metáfora para fazer menção a uma situação ou problema, mediante recurso imagens impactantes de ausência de vida, ou até mesmo projetar situações e fatos do passado noutras situações e factos do presente, fazendo com que a interpretação faça maior sentido ao grande público. Assim sendo, este é levado a refletir sobre práticas culturais de consumo de água, veiculadas nas campanhas multimodais de sensibilização para questões ambientais.

Através de uma metáfora eficiente é possível abordar uma série problema através de uma ilustração ou imagem, permitindo que muitas pessoas de diferentes bases culturais sejam envolvidas na situação, ou para que se sensibilizem em relação ao caso, ao interpretarem a mensagem, e perceberem o seu papel no processo. Assim como mencionado anteriormente, muitas campanhas ao longo dos anos fizeram uso de ilustrações e desenhos que de forma mais lúdica abordasse os aspectos de preservação da água, como no exemplo abaixo de um vídeo do WWF. Trata-se de uma campanha em espanhol elaborada para evidenciar as transformações dos ambientes naturais para as grandes cidades, e as mudanças que isso pode

implicar.

É possível perceber no vídeo que as alterações ambientais, para além de acabarem com os ambientes ecológicos que servem de suporte à vida animal, comprometem também a qualidade dos recursos naturais. E por outro lado mostra também as consequências futuras da falta de água.

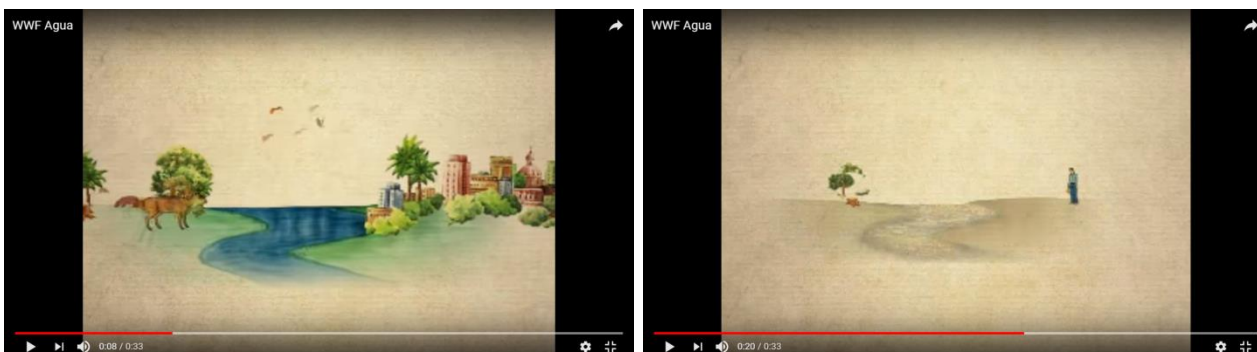


Figura 3 – Campanha WWF em Espanhol, disponível no Youtube



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=Ldz_3LciY4

Como dito anteriormente, esta campanha mostra as transformações do ambiente e da sociedade na qual o homem vive, como também alerta para uma situação futura que pode se vir a tornar realidade, caso os hábitos de destruição dos recursos naturais pelo homem não sejam modificados, em especial no que respeita ao consumo desenfreado da água. Nesta campanha já é possível perceber, de maneira muito impactante, os reflexos nocivos do consumo exagerado da água, como também da falta de preservação dos recursos naturais e do ambiente no geral.

Ao longo do tempo, cada vez mais são desenvolvidas pelas organizações, em especial pelo WWF, campanhas multimodais realistas e chocantes, para que, através da metáfora multimodal de NÃO ÁGUA É MORTE, usada como ferramenta de persuasão, as pessoas

possam perceber de forma mais clara a situação grave de falta de água que ocorre em vários pontos do planeta.



Figura 4 – Campanha WWF em inglês, disponível no Youtube, no Canal da WWF

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=_p24LVYYdF4

Em poucas palavras, nesta campanha, disponível no Canal do WWF no Youtube é possível perceber a transformação significativa que uma região outrora repleta de água pode sofrer, na base das metáforas conceituais *ÁGUA É VIDA* vs. *NÃO ÁGUA É MORTE*. No vídeo, o local com água é transformado em um local de seca extrema, por práticas irresponsáveis de consumo, diretas ou indiretas, como é evidenciado. Ao final do vídeo, a mensagem escrita “*Save our water*” (Salve a nossa água) apela a uma ação da população para que este recurso natural seja defendido e preservado no meio ambiente.

E assim como nesta campanha acessível online a um vasto público, como nas demais apresentadas, pode ter um efeito real na sensibilização do público-alvo para esta causa de defesa do meio ambiente. Dessa forma, a evolução das campanhas, o seu crescimento e a sua abordagem cada vez mais impactante, mediante recurso a metáforas como ferramentas de persuasão, ao serviço das causas de defesa ambiental.

2. ANÁLISE MULTIMODAL DAS CAMPANHAS DO WWF NA INTERNET

A análise multimodal está presente em diversos campos de estudo, como Análise do Discurso, Análise Crítica do Discurso, Linguística Aplicada, Linguística de Texto, Psicologia, Semiótica e Semiótica Social, e também nos estudos de multimodalidade de índole cognitiva. Esta metodologia de análise convoca os mais diferentes modos de representação utilizados na construção imagem-texto de uma dada campanha, reunindo o modo textual e o modo de imagem, englobando os gestos, modos de olhar, postura corporal e interação entre figuras representadas, os suportes musicais, caso existam, para além dos arranjos tipográficos e da cor formatos, marcas/ traços tipográficos, disposição da imagens.

2.1 A Multimodalidade: metodologias de análise

A aprendizagem da escrita, bem como a da leitura, precisam levar em conta nos dias de hoje, a imensa variedade dos modos existentes de comunicação e que se encontram representados no termo “multimodalidade”. A multimodalidade é uma abordagem de análise de texto-imagem que congrega todos os modos de comunicação linguísticos e visuais, permitindo a análise de um conjunto infindável de produções escritas e audio-visuais que incluem obras escritas, programas de televisão, suportes publicitários e campanhas de sensibilização na internet.

Desenvolvida por Kress e Van Leeuwen (2001), a abordagem multimodalidade, tem por objecto a análise de textos, imagens e diversos modos de linguagem, mediante análise semiótica. Os autores argumentam que, na era em que vivemos, tendo fácil acesso a novas tecnologias e meios de informação e cultura, os textos estão cada vez mais multimodais. Diante de tal ótica, Kress e Van Leeuwen (2001) descrevem que diversos modos semióticos são usados de modo interligado, durante o processo de criação e desenvolvimento de textos e imagens, o que resulta em produtos com significados específicos. Ainda segundo Kress e Van Leeuwen (2001), a comunicação literária, verbal e visual tem sofrido grandes transformações, caminhando no sentido de uma crescente multimodalidade, mediante coexistência de diferentes modos semióticos.

A semiótica, por sua vez, tem origem grega, ‘semeion’, que significa “signo” ou “sinal”. Assim sendo, a ‘semeiotiké’ é a ‘a arte dos sinais’ que tem como base de conhecimento e estudo, das diversas maneiras como o indivíduo dá significado a tudo que o cerca. Registe-se que um signo possui duas faces indissociáveis, um significante e um

significado que se reportam a um objeto ou entidade.

– Ícones são signos em que existe uma semelhança topológica entre o significante e o significado. Pode-se dar como exemplos uma fotografia ou uma pintura podem ser ícones de acordo com a semelhança que retratam o objeto fotografado ou pintado.

– Índices são signos em que o significante é ligado ao significado. Os índices, como o nome diz, indicam algo. Pode-se dar como um exemplo de índice os números na farda de um soldado, indicando a pessoa, seu batalhão e função perante a Entidade; já o relógio pode ser também como um índice, uma vez que este é um indicador do tempo.

– Símbolos são signos em que, ao contrário dos ícones, não possuem semelhança ou contiguidade com o seu objeto. São considerados uma convenção, como, por exemplo, os emblemas ou as insígnias.

De maneira resumida, a semiótica é a ciência que estuda os signos e todos os tipos de linguagens, acontecimentos e intervenções culturais como se estas fossem fenômenos produtores de significado. Para estas definições de signos, ideias e conceitos, de maneira oposta à linguística, a semiótica não se limita a pesquisa ao campo verbal e sim ao sistema de signos espalhados de maneira naturalmente culturais como a música, a fotografia, o cinema, a moda, a religião, os discursos intrapessoais e políticos, bem como as artes visuais e as campanhas publicitárias e ambientais.

Segundo Barros (2005), a Semiótica aplica-se em ver e estudar não só o que é visível aos olhos, mas antes em explicar “o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz” (BARROS, 2005, p. 11). Em outras palavras, a Semiótica não tem como objetivo apenas o estudo daquilo que é dito ou mostrado pelo texto, como também pelas estratégias textual-discursivas traçadas pelo autor do mesmo com o propósito de exteriorizar o seu dizer.

Diante desta afirmativa pode-se dizer que a Semiótica abrange todas as construções textuais, sejam elas traçadas através da linguagem escrita, oral ou a visual, tendo como objetivo nestas construções textuais estudar os significados representados nos suportes texto-imagem.

2.2 A metáfora conceitual à luz do paradigma cognitivo

Usada e estudada há longas décadas por filósofos e especialistas em retórica, a metáfora até os anos de 1970 era vista como um simples ornamento da linguística, uma figura de linguagem do texto literário. Porém, a partir de finais dos anos 70, esta passa a possuir valor cognitivo com a publicação da obra “Metaphors we live by”, da autoria de Lakoff e

Johnson (1980/2003) que consitiuiu uma verdadeira revolução nos estudos sobre a área. Como tese principal defende-se que a metáfora é omnipresente e essencial na linguagem e no pensamento, enquanto forma de entender uma coisa à luz de outra coisa.

A partir deste momento, considera-se que metafóras integram a comunicação quotidiana, mas também que são formas de pensamento e de ação, uma vez que todo sistema conceitual humano, sistema este responsável pelos nossos pensamentos e ações, passa a ser criado como predominantemente metafórico por natureza. Os referidos autores também identificaram um conjunto de metáforas que estruturam nossa maneira pensar e entender o mundo que nos rodeia e agir sobre este mesmo mundo

2.3 A metáfora multimodal à luz do paradigma cognitivo

A fim de desenvolver sua proposta de estudo para a metáfora multimodal, Charles Forceville (2009) tomou por base a Teoria da Metáfora Conceitual. Para Forceville, a conceitualização de Lakoff e Johnson (1980) de que a metáfora consiste na compreensão e experiencição de uma coisa à luz outra pode ser encontrada nos diversos modos de texto e imagem, bem como nos gestos, formas de olhar, atitude corporal, entre outros.

Ainda segundo Forceville (2009) a metáfora monomodal é definida como aquela que alvo e fonte do mapeamento metafórico são exclusiva ou predominantemente processados em apenas um modo. Por outro lado, a metáfora multimodal é aquela em que alvo e fonte dos mapeamentos metafóricos são representados exclusiva ou predominantemente por diferentes modos. Segundo Forceville (2009), a qualificação “exclusiva ou predominantemente” é necessária, porque as metáforas não verbais frequentemente possuem fontes e/ou alvos que são construídos sobre mais de um modo simultaneamente.

Já de acordo com Kress e Van Leeuwen (2001), a multimodalidade é um campo de estudo da linguística que tem como principal objetivo explorar as formas de significções modernas, incluindo os modos semióticos envolvidos no processo de representação e comunicação da sociedade moderna. Os autores defendem que a linguagem, que anteriormente era tida apenas como um recurso central e único na construção da representação ou da comunicação passa agora a ser considerada como um dos modos disponíveis, ou seja, “na era da multimodalidade outros modos semióticos, além da linguagem, são tratados como capazes de servir a comunicação e a representação” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 46).

Ainda segundo estes autores, os modos que antigamente não eram considerados, tais

como o som, a cor, o gesto, o posicionamento; agora são debatidos e colocados em destaque e no centro da prática da semiótica. De acordo com Kress (2010) ao longo do nosso cotidiano, em uma sociedade moderna produzimos e encontramos significados complexos e, quer nos textos escritos quer os falados, são veiculados por meio de gestos, mímica, ou até mesmo mediante a feitura de desenhos.

Kress e Van Leeuwen (2001) constroem uma Teoria Multimodal da Comunicação. Nessa os autores mostram que o significado é construído a partir de muitas maneiras diferentes, sobre diferentes modos e meios. Leva-se em consideração também, nos dias de hoje, o modo de vida e a percepção de mundo para a compreensão e análise de textos e imagens multimodais e comunicacionais. Essa teoria define-se: 1) nos recursos semióticos de comunicação e 2) nas práticas comunicativas sobre as quais esses recursos são utilizados. Com tais definições, Kress e Van Leeuwen (2001) propõem que o significado é construído não somente com início de uma multiplicidade de recursos semióticos, mas também em diferentes lugares. Com as palavras dos autores:

Em qualquer modo todos os elementos realizacionais estão disponíveis para a produção de significado e são usados para tal. Do momento em que uma cultura toma a decisão de escolher um material particular para o seu processo comunicativo, esse material torna-se parte dos recursos semiótico e cultural daquela cultura e está disponível para ser usado na produção de signos (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 111).

O que é possível perceber nas considerações citadas acima, é que na proposta da Teoria da multimodalidade diferentes modos são articulados na produção de um sentido comum. Porém, segundo Kress (2001), o que define se X é ou não um modo, vai depender de uma comunidade ou visão particular, em resumo, de acordo com o autor, uma grande parte da sociedade e espectadores, como leigos, podem considerar, analisar e classificar uma imagem visual como um modo, na base em determinados parâmetros. Claro que a classificação de um modo por parte de um fotógrafo profissional, que irá considerar, analisar e classificar a mesma imagem visual com outros parâmetros, tendo em vista os seus conhecimentos, regras e práticas .

2.4 As dinâmicas atuais, internet e as estratégias retóricas no cenário ambiental

Para embasar teoricamente o presente trabalho, os conceitos de *ethos*, *pathos* e *logos* serão o cerne da comparação das campanhas que virão logo em seguida, que traz não só a conceituação destas estratégias retóricas aristotélicas, mas também a relação destas com os

tipos de público (audiências) a quem se pode referir, ou seja, as diversas possibilidades de contexto no qual um discurso pode ser aplicado. Para além da acepção retórica proposta por Aristóteles¹, os fundamentos desta análise também levarão em consideração as definições de público de Warner (2002).

As dinâmicas sociais do mundo atual trazem, a cada dia, novos comportamentos, práticas e rituais a serem analisados e, com isso, novos discursos e possibilidades de investigações dos mesmos. Nestes tempos de conjunturas tão efêmeras, proporcionados pelas constantes transformações sociais em que vivemos, a análise feita neste capítulo inicia-se por uma reflexão: de que maneira a globalização, o avanço tecnológico e a democratização de informações trazida pela internet, pontos aqui analisados pelo contexto da Modernidade Líquida (BAUMAN, 2001), influenciam os discursos já existentes e as novas linguagens que surgem a partir daí?

Cabe, inicialmente, trabalhar as manifestações, transformações e novas possibilidades trazidas com a Modernidade Líquida, definição trazida pelo filósofo e sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2001), que propõe novos pensamentos para a organização social dos dias atuais. É pertinente analisar, a princípio, a própria denominação proposta por Bauman: o aspecto “líquido” da sociedade em questão é o que se opõe à visão de uma sociedade “sólida” que, segundo o autor, definia a sociedade moderna dos séculos XVIII e XIX.

Ao esmiuçar o discurso do próprio autor, pode-se perceber que a expressão corresponde a uma relação entre os estados que, fisicamente, uma matéria pode ter. Ao apontar a fluidez como uma das principais características do estado líquido, o autor nos diz: “o que todas essas características dos fluidos mostram, em linguagem simples, é que os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade” (Bauman, 2001, p. 9). E justifica o modo como definiu esta nova modernidade que analisa: “Essas são razões para considerar “fluidez” ou “liquidez” como metáforas adequadas quando queremos captar a natureza da presente fase, nova de muitas maneiras, na história da modernidade” (Bauman, 2001, p. 9).

Sob essa perspectiva, as peculiaridades da sociedade contemporânea estão associadas à instabilidade, à não-durabilidade e à volatilidade nos seus mais diversos âmbitos, tais como o econômico, o cultural e o social. Isso implica também em novos tipos de linguagem, visto que a linguagem é, por si, uma mediadora de nossa apreensão da realidade.

1

Na obra “RETÓRICA”, material disponibilizado na edição da INCM – Imprensa Nacional Casa da Moeda e introdução de Manuel Alexandre Júnior Tradução, com notas de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Abril de 1998.

Se, através dela, nos situamos como sujeitos e lemos a realidade, a linguagem, consequentemente, tem função de representar tal realidade. Segundo Halliday (1985), “uma propriedade fundamental da linguagem é que permite que os seres humanos construam uma imagem mental da realidade, para que sua experiência tenha sentido, sobre o que acontece em torno e dentro deles”² (Halliday, 1985, p. 101). É esta, portanto, a função da língua enquanto semiótica social: atuar como um instrumento que constrói a realidade; tal qual um instrumento, quanto mais se usa, mais se molda à sociedade que a utiliza.

Dentro desta perspectiva contemporânea, avancemos para a retórica propriamente dita: a acepção de Aristóteles³ diz ser a retórica “a arte que permite a elaboração de discursos com fins persuasivos”. Significa, portanto, que o emissor de uma mensagem busca convencer sua audiência do seu ponto de vista. Foi Aristóteles quem, há milênios, definiu as estratégias da retórica, que são usadas até hoje: *ethos*, *logos* e *pathos*. Tais estratégias são técnicas persuasivas que, cada uma ao seu modo, buscam argumentar com a audiência de uma maneira específica: no entanto, as três podem ser conjugadas em usos ao mesmo tempo, pelo mesmo emissor da mensagem.

O *logos*, enquanto um apelo lógico e racional para persuadir a audiência, utiliza-se, por exemplo, de estatísticas, fatos, objetividade daquilo sobre o que se fala. Tem a ver, propriamente, com a argumentação; é o estudo dos argumentos concretos, encadeados de modo a contextualizar e narrar o tema do discurso. Já o *pathos* é o apelo emocional, de caráter mais apelativo - torna tudo mais atrativo através da emoção. Trata-se do que se quer causar emocionalmente nas pessoas, independente dos argumentos concretos. E, por fim, o *ethos* é um apelo pela credibilidade: quem emite a mensagem é confiável - seja porque é um perito no assunto, porque é uma celebridade, ou porque são pessoas em suas vidas cotidianas testando produtos e/ou serviços e dando o seu depoimento a respeito. Tem a ver com elementos discursivos, textuais, mas também com elementos extratexto, como por exemplo: gestos, modo de vestir, prosódia (ou seja, o tom de voz e ritmo da voz), o cargo da pessoa em questão etc. Todos estes elementos criam efeitos, já que o *ethos* tem, sobretudo, a ver com a imagem do emissor.

² Tradução da autora, do original em inglês: “A fundamental property of language is that it enables human beings to build a mental picture of reality, to make sense of their experience of what goes on around them and inside them”. (Halliday, 1985, p. 101).

³ Na obra “RETÓRICA”, material disponibilizado pelo Profº Dr. Rodrigo Furtado, de edição da INCM – Imprensa Nacional Casa da Moeda e introdução de Manuel Alexandre Júnior Tradução, com notas de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Abril de 1998.

Depois de abordada essa tríade aristotélica, cabe mencionar outro importante fator quando se analisa um discurso: o seu público. Há três métodos com os quais é possível convencê-lo, mas antes nos cabe definir o que é um público. De acordo com o Warner (2002, p. 413), a palavra *público* possui três sentidos: o *público* pode ser 1) uma espécie de totalidade total, porque, no seu sentido mais comum, refere-se às pessoas em geral; 2) pode ser, ainda, “um público”, ou seja, uma plateia concreta, determinada por um evento ou pelo espaço que compartilha; e, por fim, 3) pode ser o tipo de público que existe apenas em relação a textos e sua circulação.

No entanto, além disso, o autor ainda traz algumas definições deste público, e, ao interpretá-los em conjunto, pode-se dizer que nada é definitivo para o público, tendo em conta que os textos circulam através dos tempos, ganhando novas interpretações, novos ambientes para citações, novas conotações e, inclusive, intertextualidade entre diferentes públicos. Além disso, de fato, o caráter do discurso público se articula como um motor de mutação social, no sentido de que o discurso público, necessariamente, dirige-se a alguém, de modo que possa atingir o mundo real e mobilizar seus destinatários a executarem ideias e ações advindas do discurso proferido (WARNER, 2002).

Ao relacionar os conceitos mencionados com as campanhas da WWF e, ainda sob a perspectiva das metáforas conceituais analisadas neste trabalho, nota-se que os anúncios da organização passam não só uma mensagem de alerta, de conscientização, de perigo iminente, mas também intrigam pela maneira como capturam a atenção do seu público. As três estratégias retóricas costumam ser utilizadas em conjunto, visto que oferecem maior eficácia para os anúncios.

O *ethos*, no sentido de que a própria WWF é uma autoridade na conservação da vida selvagem - os investimentos desta ONG são, mundialmente, reconhecidos por sua aplicação a fim de preservar o meio ambiente, a vida animal e tudo mais que envolva a natureza - alguns pontos, inclusive, que, geralmente, são negligenciados pelos indivíduos. Além disso, o WWF também tem alta reputação nesta área: se fez fonte confiável com relação à proteção ambiental, através da imagem construída pela organização que, atualmente, tem credibilidade junto do seu público. Pode-se observar que todos os anúncios analisados têm o logotipo da WWF - o que passa a credibilidade da organização, já que um grande número de pessoas reconhece o famoso símbolo do urso panda, que remete imediatamente à proteção de animais e do meio ambiente, de maneira geral. Afinal, há décadas a WWF vem promovendo essa representação simbólica em todas as campanhas que realiza, pelo que é do conhecimento de um vasto público.

O *logos*, de maneira extrínseca, baseado em fatos, evidências e motivos, traz as razões racionais pelas quais o espectador pode aderir às causas da WWF. Utilizando-se de análises estatísticas, muitas delas feitas pela própria organização, através destes dados esta ONG convida as pessoas a pensarem sobre ações quotidianas que contribuem para a degradação do meio ambiente e, por outro lado, oferece-lhes motivos lógicos, no intuito de fazê-las pensar a respeito destas atitudes.

E o *pathos* é uma das estratégias de retórica mais utilizada pela WWF, visto que influencia emocionalmente o espectador. Registe-se que radica em larga medida dos mapeamentos metafóricos construídos na base de metáforas conceituais que promovem a projecção conceitual entre dois domínios cognitivos, de um domínio-fonte que se reporta a dimensões concretas da experiência para um domínio-alvo geralmente mais abstrato (Lakoff/Johnson 1980). As emoções geradas pelos mapeamentos metafóricos buscam transferir para os cidadãos sentimentos tais como culpa, medo, tensão, arrependimento, preocupação, inquietação ou medo. O produto dos mapeamentos metafóricos são imagens de destruição da natureza de cariz catastrófico, frequentemente com recurso a cores escuras, o que faz com que o significado metafórico chegue no “coração” do espectador. Como o público da WWF é bem amplo, através do impacto que estas emoções provocam, as pessoas são alertadas para a dimensão destrutiva de práticas ambientais insustentáveis que o mundo vem sofrendo ao longo dos anos.

Se considerarmos que todo processo de contextualização feito até aqui, é, também, um processo de ressignificação, ao investigar as complexidades trazidas pela modernidade líquida e suas fragmentações do cotidiano, das culturas. Estamos também a investigar a instabilidade dos vínculos sociais e como estes afetam os mais diversos âmbitos da sociedade. Tal fragmentação é percebida, inclusive, na grande quantidade e diversidade de grupos sociais que temos atualmente, com valores sociais que afetam a linguagem, já que esta varia justamente por não ser usada da mesma maneira por todos os indivíduos, nas mais diversas situações em que atuam diariamente. Ao mencionarmos a cultura, convém indicar que esta será aqui analisada com a definição proposta pela perspectiva social de Williams (1961, p.57), que se caracteriza como um *way of life*, expressando significados e valores específicos de um grupo. Assim sendo, podemos abordar as culturas, no plural, em articulação com as representações, identidades e códigos culturais que são interpretados.

Registe-se, porém, que o nosso pensamento estruturado metaforicamente está ancorado em metáforas primárias comuns a várias línguas e culturas, associadas à corporização da experiência, tais como AFETO É CALOR (AFFECTION IS WARMTH) (cf.

Kövecses 2005). Estas metáforas são designadas de primárias, uma vez que se reportam a experiências primárias universais e integram o nosso sistema conceptual inconscientemente. De entre as metáforas primárias principais destacamos OBJETIVOS SÃO DESTINOS (PURPOSES ARE DESTINATIONS) E AÇÕES SÃO MOVIMENTOS (ACTIONS ARE MOTIONS), (cf. Lakoff e Johnson 1999) que são particularmente relevantes enquanto substrato mental das campanhas da WWF que conceptualizam objetivos a atingir enquanto destinos e concretizam ações de sensibilização enquanto movimentos. A estas metáforas primárias juntamos outras que consideramos primordiais em contexto de mediatização como KNOWING IS SEEING e SEEING IS TOUCHING (ibid.), uma vez que, por um lado, a consciencialização das questões ambientais decorre do contacto visual com as campanhas da WWF nos ecrãs, e, por outro, a visualização destas imagens é como se tocássemos essas realidades.

Com as vastas alternativas oferecidas pela era digital - nos mais variados campos, tais como, formação académica, ocupação profissional, plataformas de compras, modos de relacionamento etc., as escolhas do indivíduo perpassam diversas possibilidades, e a urgência da modernidade líquida o deixa, frequentemente, em dúvida - ou distraído o bastante - sobre qual opção adotar. Nota-se, portanto, a abordagem de Bauman (2001) de que há uma responsabilização maior do indivíduo frente às expectativas das instituições coletivas de modo geral, já que agora tal indivíduo tem plena capacidade e autoridade sob suas escolhas.

Sob a ótica desta variante mais individualizada da modernidade, êxitos e derrotas, alegrias e frustrações, são também cada vez mais privatizados, particularizados e próprios do discurso individual. A constatação, portanto, é de que a era digital traz consigo uma liberdade nunca antes experimentada pelos indivíduos, mas - devido ao ritmo acelerado da modernidade líquida - traz também satisfações muito momentâneas que, quando vivenciadas, acabam por gerar novas insatisfações e incertezas nos mesmos. A instantaneidade permitida pela Modernidade Líquida e, conseqüentemente, pela era digital nos dias atuais é também inconstante e leve, rápida e fluida. A observação destes contextos traz uma ponderação: a de que o indivíduo ganha projeção neste cenário.

A partir daí surgem novos entendimentos da realidade relativos às escolhas individuais, e como elas afetam o coletivo; e a questão da agonia e da dúvida constantes entre indivíduos perante tais escolhas. Neste entremeado de acontecimentos contemporâneos e fragilidades dos indivíduos, como fica a linguagem e a abordagem do discurso nos dias atuais? Abordamos, então, a hipótese de Sapir-Whorf, proposta nos anos 1930 pelos linguistas Edward Sapir e Benjamin Lee Whorf, que traz o panorama do relativismo

linguístico. Ressaltamos um excerto de Whorf (1956) sobre a relação entre a linguagem, a realidade e a cultura:

Todo idioma é um vasto sistema de padrões diferentes dos outros, nos quais são ordenadas culturalmente as formas e categorias pelas quais a personalidade não só se comunica, mas também analisa a natureza, percebe ou negligencia os tipos de relacionamento e fenômeno, canaliza seu raciocínio e constrói a casa de sua consciência (WHORF, 1956, p. 252).⁴

Todas as transformações da realidade já aqui citadas, decorrentes da fluidez e da instantaneidade do tempo em que vivemos, trazem também novas maneiras de organização social, inclusive em campos anteriormente considerados tão “sólidos”, como a área do conhecimento, que passa por drásticas modificações. É o caso da democratização de conteúdos, já que o acesso aberto a inúmeros artigos, livros, resenhas e publicações em geral permite que qualquer indivíduo que acesse a *internet* tenha, também, acesso às informações e aprendizagens de tais documentos.

Com o passar dos tempos, a internet se tornou um negócio e, automaticamente, as redes sociais também. A partir delas, as organizações chegam mais facilmente ao seu público mediante recurso a influenciadores digitais e das *web* celebridades, de modo que a publicidade *online* se torna um recurso dos mais efetivos para as marcas. Neste sentido, é pertinente focar o papel das redes sociais, seus agentes e suas práticas linguísticas neste ambiente digital.

Analisada, principalmente, pelo viés dos meios de comunicação, nos dias de hoje, a comunicação tem o potencial de se estabelecer a qualquer momento e em qualquer lugar, dos mais movimentados aos mais inóspitos, desde que haja conexão *Wi-Fi* e a disponibilidade de dispositivos como um *smarthphone* ou um portátil, por exemplo. Desde a década de 1990, quando o advento da *internet*, de fato, conquistou o mundo, uma drástica mudança no *drive* social aconteceu. A partir daí, pode-se dizer, começa a era da internet - ou era digital - que, segundo Jenkins (2006), foi “concebida para ser discutida, dissecada, debatida, prevista e criticada”⁵ (Jenkins, 2006, p. 25).

⁴ Tradução da autora, do original em inglês: “Every language is a vast pattern-system, different from others, in which are culturally ordained the forms and categories by which the personality not only communicates, but also analyses nature, notices or neglects types of relationship and phenomena, channels his reasoning, and builds the house of his consciousness”. (WHORF, 1956, p. 252).

⁵ Tradução da autora, do original em inglês: “Internet age—designed to be discussed, dissected, debated, predicted, and critiqued” (Jenkins, 2006, p. 25).

O meio digital é de suma importância para o WWF, já que, segundo a própria organização, “a internet é uma das melhores ferramentas para fazermos nossa parte em comunicar a importância da conservação da natureza e o uso sustentável dos recursos naturais”⁶. A referida ONG realiza campanhas digitais de conscientização, mediante distribuição gratuita de banners, que podem ser inseridos em blogs, portais e quaisquer meios *online*. Assim sendo, são os próprios internautas que reforçam as campanhas do WWF para a conservação da natureza.

É relevante mencionar que, com disseminação das Tecnologias de Informação e de Comunicação (TICs) e a popularização da rede digital, muitas questões, antes sem tanta visibilidade, passaram a ter mais destaque. Foi o que aconteceu, por exemplo, com as questões de sustentabilidade ambiental - não apenas pelo motivo óbvio, de ampliação dos canais de divulgação, mas principalmente pelas questões relacionadas ao conhecimento do assunto, debate da temática ambiental e também a mobilização social proporcionada pelo ambiente virtual.

O espaço de sociabilidade entre internautas que compartilham dos mesmos interesses - no caso do WWF, interesses estes que dizem respeito ao cenário ambiental do planeta e à preservação ambiental - gera, entre outros benefícios, fluxos nas redes sociais que partilham preocupações ambientais. Através dos formulários de contato da WWF registam-se opiniões, críticas, sugestões, reclamações etc. que permitem traçar um panorama real dos problemas de abastecimento e saneamento enfrentados pelas populações.

Outro ponto a ser analisado, também, é que através da Internet, muitas instituições de ensino e pesquisa conseguiram conquistar um espaço permanente, com acesso público, para a divulgação de trabalhos acadêmicos que anteriormente ficavam com acesso reduzido a publicações em meios específicos, ou seja, restritos à comunidade científica. Isso porque nos meios de comunicação tradicionais - tais como jornais impressos e televisivos, revistas etc. - a disputa por um espaço noticioso é muito acirrada, uma vez que concorre com outras linhas editoriais, tais como cidade, polícia, entretenimento, política etc. E é assim que as TICs ajudam a democratizar temas tão sociais, que fomentam a mobilização social e uma participação mais ativa da sociedade na resolução dos problemas ambientais.

⁶ Retirado do site WWF: <https://www.wwf.org.br/participe/acao/ajude_divulgar/meio_ambiente_internet/>. Acesso em 30 Jun 2018.

A integração das plataformas *on* e *offline* fomentou a multimodalidade de forma cabal. De acordo com Kress & Van Leeuwen (1996), a multimodalidade se refere aos diferentes modos de significação possíveis, ao mesmo tempo, num mesmo suporte. Os autores indicam, ainda, que a cultura é multimodal por natureza, pelo que a multimodalidade sempre existiu; no entanto, os desígnios da modernidade líquida e da era digital fizeram com que este caráter da multimodalidade se intensificasse nos últimos tempos. Saber lidar com estas constantes convergências dos meios e mudanças tecnológicas é a chave para as marcas lidarem com seus públicos - os consumidores habituais e aqueles que ainda almeja atingir.

As temáticas de democratização de conteúdo e mescla das áreas de conhecimentos entre si trazem outro importante conceito para esta análise: o de comunidades de prática, ou seja, grupos cujos membros partilham conjuntos de significação que tornam um grupo distinto de outro. Podemos falar, por exemplo, de disciplinas, de grupos sociais, de tribos, de gírias etc. Nos estudos de Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), especificamente, podemos analisar dentro destas comunidades as modificações linguísticas que acontecem ao longo dos tempos e ainda o motivo pelo qual ocorrem. Isso porque a língua está intimamente relacionada com as necessidades a ela impostas, com o sistema atuante no momento.

De acordo com Halliday (1985): “todo texto - isto é, tudo o que é dito ou escrito - se desenvolve em algum contexto de uso; além disso, são os usos da linguagem que, ao longo de dezenas de milhares de gerações, moldaram o sistema” (Halliday, 1985, XVIII). Ainda de acordo com o autor, todos usamos a língua, entre outras funções, como uma maneira de exercer o poder sobre as pessoas e condicionar seus comportamentos, ou seja, num paralelo com a noção foucaultiana do discurso, observa-se a relação entre indivíduos e poder através da linguagem.

O caráter social fortemente encontrado nos discursos das campanhas pode ser percebido através do seu foco em assuntos, ações e atividades que apontam para a cultura material e simbólica de determinado momento - neste caso, o momento de efervescência das lutas de etnia e de gênero. Sob o conceito de análise do discurso, cabe mencionar Fairclough (1992) e sua perspectiva do discurso como prática social, que tanto se encaixa neste artigo - inclusive com relação aos outros autores e seus conceitos já abordados, como Williams (1961) e Bauman (2001):

Ao usar o termo ‘discurso’, proponho considerar o uso da linguagem como uma forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais. Isso tem várias implicações. Primeiro, implica que o discurso é um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente umas sobre as outras, como também um modo de representação. [...]

Segundo, implica que existe uma relação dialética entre o discurso e a estrutura social, sendo que esta geralmente existe mais entre a prática social e a estrutura social: a última é tanto uma condição como um efeito da primeira (FAIRCLOUGH, 1992, pp. 63-64).

Neste sentido, destacamos que nos dias atuais não cabe apenas investigar o indivíduo e os gostos e interesses do(s) grupo(s) social(is) ao qual pertence; cabe, também, analisar de que forma ele se relaciona com outros grupos e, portanto, como estabelece seus laços sociais. No estado de individualismo vivenciado pela modernidade líquida, os limites entre as esferas do público e do privado, por vezes, se misturam e, por outras, tornam-se mais flexíveis ou mesmo fluidos. Para além da esfera individual, os discursos, as palavras, as vozes sejam utilizadas para emitirem mensagens em prol de um bem-comum social, de modo que não basta apenas construir uma imagem positiva; é preciso, ainda, ter coerência com o discurso que imprime, e a confiança do público advém quando esta transparência alcançada.

2.5 Metáfora e cognição: estado da arte das metáforas de água

Nesta etapa do capítulo, para além de relacionar as estratégias retóricas aristotélicas com as campanhas do WWF, cabe também comparar o presente trabalho a outros, que também se utilizaram de representações metafóricas para abordar as questões ambientais e, mais concretamente o perigo da falta deste recurso.

Tomamos como ponto de partida o postulado cognitivo de que o nosso sistema conceptual é eminentemente metafórico, o que nos leva a entender os aspectos abstratos à luz de aspectos concretos (Lakoff e Johnson 1980). É na base do entendimento e identificação dos processos metafóricos de índole conceptual que conseguimos explicar o complexo sistema de más práticas ambientais que, à luz duma ótica de causa e efeito, vão conduzir a uma escassez total deste recurso natural imprescindível à vida.

Convém salientar que, segundo Barsalou (1999), o nosso sistema conceptual tem de ser capaz de:

- fornecer uma representação completa da experiência imediatamente acessível
- facultar a representação da experiência não imediata
- ser acessível a um grande número de pessoas
- dar sentido ao mundo
- facilitar a construção de inferências para as representações usadas

- dar aso à produtividade e à criatividade

Para aplicação da visão cognitiva e do papel determinante da metáfora para construção do significado foram selecionados, para análise, um artigo, “A água e a vida” (BRUNI, 1993), e um livro, “El Agua. Mitos, Ritos y Realidades” (Alcantud & Cuello, 1992). O artigo, publicado na revista de sociologia Tempo Social, da Universidade de São Paulo (USP), trata-se de um exercício de interpretação da frase “tudo é água”, atribuída ao filósofo Tales de Mileto, em que reconhecemos as metáforas conceptuais ÁGUA É O MUNDO ECOLÓGICO, logo ÁGUA É VIDA, e, conseqüentemente, POLUIÇÃO (DA ÁGUA) É MORTE. Neste estudo, Bruni utilizou-se de metáforas para sugerir que a poluição das águas pela moderna sociedade industrial agride brutalmente não só a vida biológica como também a vida psíquica (BRUNI, 1993). Para isso, o autor vai abordar tópicos tais como a água e a natureza externa, a água e a natureza interior, a água como fonte de vida, a água como meio de purificação, a água como elemento de regeneração, e a água e a morte. Todas essas são metáforas que se utilizam da água para abordá-la não apenas em seu senso comum, mas sim nas dimensões simbólicas e culturais atribuídas a este elemento.

Já na obra “El Agua. Mitos, Ritos y Realidades”, os organizadores José A. Gonzalez Alcantud & Antonio Malpica Cuello reúnem diversos artigos, que foram explanados no Colóquio Internacional de Granada, em novembro de 1992, com tema sobre os elementos da natureza e com foco voltado para as questões da água - escassez e segurança ecológica deste elemento, levando em consideração, principalmente, a temática da contaminação da água. Neste caso, reconhecemos a submetáfora ÁGUA É SEGURANÇA ECOLÓGICA que subespecifica a metáfora conceptual ÁGUA É VIDA.

O objectivo do nosso trabalho de tese foi analisar as metáforas sobre a água, que é a essência dessa dissertação, e compará-las a partir de dois trabalhos acadêmicos da mesma época, um no Brasil e um na Europa (nomeadamente, na Espanha), no seio de um mesmo período temporal - já que a década de 1990 teve grande representatividade nas questões ambientais, com o avanço cada vez mais acelerado das atividades industriais -, mas também que permita vislumbrar semelhanças e diferenças - com relação às dimensões geográficas dos trabalhos realizados.

As metáforas conceituais relacionadas à água são variadas e ricas, visto que ela é o elemento da natureza fundamental à vida humana. É por isso que é possível dinamicamente realizar projecções conceituais da água a partir de experiências ditas propriamente humanas,

cujos produtos constituem uma forma de pensamento e de ação (Lakoff e Johnson 1980). Podemos dizer que são metáforas vivenciadas pelo ser humano ao longo da sua existência, tais como de vida ou de morte, de fácil assimilação pelo vasto público-alvo das campanhas do WWF. Logo, tal vai de encontro aos postulados do sistema conceitual humano preconizado por Barsalou (1999) que referenciamos acima.

E, a partir das experiências humanas com a água e dos comportamentos humanos a ela associada que se concebem as metáforas conceituais, na base das quais emergem as campanhas da WWF como um modo de dialogar com seu público através de seu próprio objeto de investigação e de preservação, em uma tentativa de ressaltar fenômenos naturais que ocorrem, as contaminações advindas das atividades humanas, e também uma forma de buscar resolver problemas e estruturar novas atividades de preservação, por meio de tais metáforas, que instiguem à ação humana de defesa deste recurso natural.

Inicialmente, no trabalho de Bruni (1993), a análise começa pela frase “Tudo é água”, propagada pelo filósofo Tales de Mileto. A metáfora veiculada através do estabelece um mapeamento conceitual entre a natureza viva no domínio-fonte e a água no domínio-alvo, do que se inferencia que **ÁGUA É VIDA**. Este mapeamento busca mostrar que, além de todo o planeta depender deste elemento para a sobrevivência não só de seres humanos, mas também de toda a fauna e flora, a água está presente no cotidiano dos indivíduos em grande parte das atividades que exercem - ou, ainda, é necessária a água para grande parte das atividades que precisamos exercer.

De acordo com Nietzsche, explica o próprio Bruni (1993), esta representação da água na frase de Tales de Mileto não passa de uma metáfora para comunicar o “pressentimento da solução última das coisas” e “o acanhamento dos graus inferiores do conhecimento” (Nietzsche, 1973, p. 18). Segundo o autor, em sua frase, Tales de Mileto busca entender a água como matriz de todas as coisas, figurativamente, uma vez que o filósofo não tem a preocupação primeira de trazer a acepção da água em seu sentido literal - água enquanto recurso hídrico. A metáfora é, portanto, um transporte de sentidos, aos moldes da definição nietzscheana, conceito que, de certa forma, está na base da teoria da metáfora conceitual. A observação acima relaciona-se com o trabalho de análise das campanhas realizadas no primeiro capítulo, já que, nelas, a água também não é mostrada apenas como um elemento da natureza, mas como um recurso natural sem o qual não se pode viver

Também Bruni (1993) traz em seu artigo as sensações fugidias de prazer que a água proporciona às pessoas, através de atividades tão corriqueiras e já tão comuns para grande parte delas, que a sua importância vital passa despercebida. É o que o autor exemplifica com

tarefas como lavar os olhos e as mãos pela manhã, tomar banho, limpar e preparar alimentos, lavar a louça e também as roupas, regar as plantas... Preceitos tão objetivos de higiene, mas que remetem - mesmo que inconscientemente - às metáforas com a sensação do prazer da limpeza, com a percepção do conforto e do frescor.

Essa projeção semântica não significa que os indivíduos estão sempre a pensar ecologicamente nos gastos, na contaminação e na preservação da água - o que seria um ponto extremamente positivo para os propósitos que o WWF propaga; no entanto, a vivência dessas atividades inspira os indivíduos a perceberem a importância deste elemento de maneira involuntária e instintiva, através da qual criam uma interdependência com a água, compreendendo, em seguida, as campanhas do WWF com maior facilidade.

Ao relacionar a água com aspectos internos e externos, Bruni (1993) traz pontos importantes sobre este elemento, que despoletam imagens metafóricas na mente dos sujeitos. Aponta, por exemplo, que o corpo humano é composto por cerca de 65% a 70% de água, que interpretamos como tendo por base a metonímia conceitual CORPO É ÁGUA que representa o todo por uma sua parte fundamental; percentuais iguais ou maiores são encontrados em outros seres vivos de origem animal; ou em frutos, por exemplo; e na mais diversa gama de organismos que necessita da água como catalisador de atividades químicas, de funções orgânicas básicas para a sobrevivência ou resistência. Isso indica a dimensão da relação entre água e a vida humana, bem como a existência do mundo, de maneira geral.

A metáfora da água como condição de vida, portanto, se faz a partir da construção de cenários mentais que processam a água como catalisadora da vida - o elemento que permite a vida acontecer, visto que o próprio Bruni (1993) traz a acepção do meio aquoso no qual todos nós nos formamos antes de nascer, ainda no útero de nossas mães, revelando aqui como a água é fundamental para a reprodução da vida. Estes episódios da vida humana sensibilizam os indivíduos quando se deparam com as campanhas analisadas anteriormente, realizadas pelo WWF. Essa metodologia de comunicação ancorada nas metáforas e metonímias conceituais impressiona, comove e afeta os indivíduos, que veem na água o elemento natural mais importante para a manutenção da vida.

O autor ainda propõe mais três metáforas formuladas do seguinte modo: a) de que a água é fonte de vida (ÁGUA É VIDA, b) de que a água é instrumento de purificação (ÁGUA É PURIFICAÇÃO), c) e de que a água é símbolo de regeneração (ÁGUA É REGENERAÇÃO). Ao compararmos essas acepções ao trabalho realizado pelo WWF, podemos constatar que a organização também se utiliza destas metáforas para construir suas campanhas. Tais propostas de comparação de Bruni (1993) trazem uma interpretação

metafórica que perpassa as três: aquela que liga a água à espiritualidade.

Para o autor, “a água aparece como origem e veículo de toda a vida” (BRUNI, 1993, p. 59), e, inclusive, menciona passagens bíblicas, dentro da tradição judaico-cristã, para corroborar essa abordagem. Um dos clássicos rituais religiosos, o batismo, é mencionado de modo a provar como, em várias religiões, também a água purifica o ser humano, trazendo a graça divina de um “novo nascimento”.

É mencionado ainda o islamismo, com passagens do Corão, e religiões de origem oriental, para uma visão mais holística dessa poderosa metáfora: a água como símbolo da eternidade, da vida eterna (ÁGUA É ETERNIDADE). Com relação a esta compreensão, o mundo material no qual o ser humano vive, segundo a metáfora, tem um quê de espiritual por causa da virtude e da santidade trazida pela água, por assim dizer, o “prana vital” que o autor menciona. Portanto, reverenciar as águas é tê-las como sagradas - não importa qual seja a religião seguida.

A esta altura, porém, o autor faz outra interpelação que também se conecta aos conceitos encontrados nas campanhas do WWF: se a água em movimento representa metaforicamente a vida, ela também pode significar a morte (ÁGUA PARADA É MORTE). Com esta metáfora conceitual, é explorada a face mais sombria deste elemento, no sentido de que tudo o que está nas profundezas dos lagos e oceanos, ou nas águas paradas e mal iluminadas, ou no efeito destrutivo das águas violentas, tudo isso pode representar também a iminência da morte (cf. Urios-Aparisi (2016:70) relativamente a águas paradas como pântanos nos filmes japoneses). E é o que busca provar a organização ambiental em apreço, quando usa termos como “asfixiar o planeta”, “o futuro pode sumir” e “o futuro pode assustar” nas campanhas acima analisadas, quando compara o fim do mundo à falta de água no mesmo.

Sobre esse caráter destrutivo, o autor também está em consonância com as campanhas do WWF, visto que busca denunciar que a poluição e a contaminação das águas trazem, não só a morte de diversos seres, mas ressalta, ainda:

A essa lista de efeitos destrutivos da poluição das águas deveria ser acrescentado o enorme malefício que a moderna sociedade industrial introduz na dimensão simbólica, danificando, talvez de maneira irreparável, o rico patrimônio psíquico que o imaginário da água tem produzido ao longo da história da humanidade (BRUNI, 1993, p. 64).

A seguir, cabe iniciar a segunda comparação deste trabalho: diz respeito aos trabalhos do livro “El Agua. Mitos, Ritos y Realidades”, dos organizadores José A. Gonzalez Alcantud

& Antonio Malpica Cuello⁷. Segundo estes, a água é uma metáfora viva do povo, age como protagonista do meio ambiente - bem como está este elemento indicado nas campanhas da WWF analisadas, de modo que a água também protagoniza os anúncios.

Bem como trazidos pela estratégia retórica aristotélica do *pathos*, nesta obra também os autores fazem uma metáfora da água com os sentimentos humanos, ao indicar que “a água é fugaz, inapressável, sem dono” (ALCANTUD & CUELLO, 1992, p. 174), além de arrojada, formosa e cativante, por exemplo. Falam, até mesmo, de “água de mulheres”, “água masculina”, buscando metaforizar as características e os sentimentos humanos, por gênero, o que está ausente das campanhas da WWF.

Da mesma maneira que Bruni, (1993), o trabalho de Alcantud & Cuello (1992) também mencionam cenários de utilização quotidiana da água na alimentação e na limpeza de espaços. Indicam, ainda a potabilidade da água, as suas nuances, de acordo para o que é usada, e, inclusive, fazem alusão às brincadeiras que se fazem com a água (falta exemplificar). Assim, tratam de algo que Bruni (1993) não abordou em seu artigo, mas que é de mais valia para as campanhas da WWF: a água em cenários lúdicos. Há uma certa teatralização da água, pelos jogos e pela diversão que podem surgir através dela, o que denota originalidade e criatividade, características fundamentais da comunicação no plano do entendimento cognitivo.

Outro ponto que Alcantud & Cuello (1992) abordam, em comparação com os anúncios analisados pelo WWF, que fazem sentido em conjunto com as campanhas realizadas pela organização não-governamental, são as dimensões míticas, simbólicas e culturais, relacionadas aos quatro elementos da natureza - ar, fogo, terra e água.

Com relação à água, especificamente, os organizadores levantam as temáticas do abastecimento e do saneamento, e tratam de uma problemática que é coincidente ao que a WWF trata: a água na sua relação com a demografia. Ou seja, quanto mais as cidades se desenvolvem, mais a zona urbana cresce e, assim, a população também aumenta. Este panorama do crescimento urbano agudiza as questões relacionadas com a escassez da água decorrentes do aumento populacional. Assim sendo, a conceitualização destes problemas fica ancorada numa metonímia de causa-efeito de que a água contaminada prejudica a vida sã (ÁGUA CONTAMINADA É DOENÇA).

Também para ilustrar essa perturbação, são abordadas questões quanto aos obstáculos que a água têm de ultrapassar para continuar o seu curso: as relações entre água que

⁷ Traduções livres feitas pela autora da presente dissertação.

permanece represada e a água que se deixa fluir podem relacionar-se não apenas com a corporeidade lógica envolvida neste processo, mas também com o fato de que, nas campanhas do WWF a água represada nos remete para aspectos negativos, ao passo que a água que flui, a água não contaminada, a água em seu ambiente natural não poluído, representa os aspectos positivos deste recurso natural, fundamental para a vida no planeta Terra.

Ainda nesta coleção de trabalhos, outra metáfora feita realizada com água remete para este elemento enquanto força da natureza. Esta mesma acepção é percebida nas campanhas do WWF, de modo que o propósito destas campanhas, acessíveis na internet, é mesmo provocar uma emoção no público-alvo, a saber, inquietar, afligir, preocupar àqueles que veem as peças. Mesmo inquietante, no entanto, os organizadores ressaltam a “força gigante da natureza” que a água possui, de modo que o homem fica reduzido à sua dimensão de pequenez perante a força avassaladora deste elemento natural quando grandes massas de água se encontram em movimento. Assim, quanto mais exploram de maneira não-consciente esse recurso natural, maiores são os riscos que a humanidade corre, no sentido da contaminação da água, tais como poluição de rios, mares, cachoeiras, lagos, praias e oceanos.

Depois de tudo o que foi exposto neste capítulo, pode-se concluir, portanto, que as campanhas de preservação ambiental multimodais, ao estarem alicerçadas em metáforas conceituais enquanto ferramentas de construção do pensamento e da ação, possuem um efeito persuasor para induzir boas práticas no consumo e na preservação deste recurso natural. Assim, as metáforas conceituais advindas da relação entre a água e os comportamentos humanos necessitam reflexão e interpretação, de modo estas construções multimodais permitam diversos padrões de compreensão, num público tão amplo e variado que tem acesso às campanhas do WWF. Como assinala Chilton (1996), as metáforas conceituais servem à apresentação de causas e soluções dos problemas, de planos e políticas, bem como à implementação da ação política na resolução de questões sociais. A identificação e análise tais metáforas conceituais em contexto multimodal como objeto de pesquisa visam o melhor entendimento das práticas comunicacionais desta organização ambiental nas campanhas de preservação da água, este recurso natural tão importante para a sociedade nos dias de hoje.

2.6 Metáfora e metonímia conceituais

Neste capítulo, serão abordados os conceitos de metáfora e metonímia conceituais. Nos seus primórdios, estas formas de expressão do pensamento foram consideradas figuras de

linguagem usadas como recursos poéticos ou de embelezamento textual. Assim sendo, durante muito tempo, estas figuras de linguagem, principalmente a metáfora, estiveram confinadas ao campo da poesia, de modo que havia uma distinção entre aquilo que era a chamada linguagem poética, utilizada como recurso literário, e a linguagem de uso comum, usada na comunicação humana comum. Nesta linha, a metáfora fazia parte da linguagem poética e, por isso, não considerada como sendo usada dentro dos contextos da linguagem comum.

Com o passar dos tempos, no âmbito da análise do discurso e do contexto, reconheceu-se o valor estratégico-argumentativo da metáfora na comunicação quotidiana. O seu papel como uma ferramenta persuasiva, bem presente comunicação política e económica, foi posto em destaque no volume editado por Augusto Soares da Silva et al. *Comunicação Política e Económica. Dimensões cognitivas e discursivas*, publicado em 2013. Convém referir que é possível que metáforas e metonímias sejam mais sutis ou mais evidentes, e que, na abordagem multimodal, a interação com elas possa acontecer através do modo visual ou também pelo modo escrito, aspecto que desenvolveremos mais adiante.

Atualmente, sabe-se que a linguagem de uso cotidiano encerra em si muitas metáforas conceituais; paralelamente diversos estudos mostram que a própria cognição humana se realiza por processos cognitivos nos quais as metáforas assumem uma relevância particular. Nesta linha, diversos tipos de discursos estão alicerçados em metáforas conceituais. Lakoff e Johnson (1980,1999) são dois dos teóricos que vêm discutindo essa temática, inclusive porque as metáforas são objeto de estudo não só na área da Linguística Cognitiva, mas também em outros domínios das Humanidades. Na obra de 1980, *Metaphors we live by*, buscam compreender a metáfora por uma diferente perspectiva: segundo estes autores, através da visão experiencialista que possuem, as metáforas deixaram de ser apenas uma figura de linguagem, para serem também uma figura de pensamento, ou seja, do processo cognitivo humano.

Para Lakoff e Johnson, as metáforas enquanto ferramentas conceituais dinâmicas são sistematizadas, estruturadas, sendo que as metáforas primárias podem articular-se entre si, constituindo metáforas complexas (Lakoff e Johnson 1999). Segundo autores que lhes seguiram, como, por exemplo, Semino, na obra “Metaphor in Discourse” de 2008, a metáfora necessita, por isso, de legitimação, ou seja, precisa ser legitimada nas representações linguísticas quotidianas. É importante refletir sobre o seu uso estratégico na comunicação para explicar como as pessoas compreendem e estruturam suas narrativas dinâmicas nos atos comunicativos do dia a dia.

Dentro desta visão da Linguística Cognitiva, de maneira semelhante às metáforas, também as metonímias possuem natureza conceitual e, para além do já mencionado uso retórico ou poético, igualmente estão no dia a dia das pessoas, ou seja, também são geradas, no seio de um mesmo domínio cognitivo, por contiguidade conceitual (com especial destaque para a relação de substituição entre parte-todo e todo parte ou para as metonímias de causa-efeito). Metáforas e metonímias podem ocorrer simultaneamente nos mesmos contextos discursivos - o que nos leva a entendê-las como processos complementares ou escalares. Passemos à explicação fornecida sobre este tema por Jakobson (1995), que é anterior à teoria da metáfora conceitual:

Um tema pode levar a outro, quer por similaridade, quer por contiguidade. O mais acertado seria, provavelmente, falar de processo metafórico, no primeiro caso, e de processo metonímico, no segundo, uma vez que eles encontram sua expressão mais condensada na metáfora e na metonímia, respectivamente (JAKOBSON, 1995, p. 55)⁸

Segundo Lakoff e Johnson (1980), estes dois processos de conceitualização do mundo se diferenciam, sendo que a metáfora é, em primeira instância, uma forma de conceber uma coisa por outra, com função primária de compreensão; já a metonímia tem como função primária a referencial, ao proporcionar a compreensão de elementos em contextos por contiguidade. Por exemplo, “Queres beber um copo comigo?” refere-se não à ação de beber o copo, mas antes à ação de beber o líquido que se encontra dentro desse copo.

Como estes processos cognitivos agem como ferramentas de projeção conceitual, faz-se necessário mencionar que estas “transferências” de sentidos podem ser equacionadas como nas dimensões semânticas, retóricas, cognitivas, epistemológicas e discursivas. Pretendemos assim por em destaque o significado etimológico do termo grego “*metáphorá*”, conforme Mendes (2018)⁹:

Etimologicamente, o termo “metáfora” deriva da palavra grega “*metaphorá*” através da junção de dois elementos que a compõem – *meta* que significa que significa “sobre” e “*pherein*” com a significação de “transporte”. Neste sentido, metáfora surge enquanto sinônima de “transporte”, “mudança”, “transferência” e em sentido mais específico, “transporte de sentido próprio em sentido figurado”. (...) De facto, e tendo como base o significado etimológico do termo, o processo levado a cabo para a formação da metáfora implica necessariamente um desvio do sentido literal da palavra para o seu sentido livre; uma transposição do sentido de uma determinada palavra para outra, cujo sentido originariamente não lhe pertencia. Ao

⁸HEADH. H. *apud* Jakobson, R. Linguística e Comunicação. São Paulo: Cultrix, 1995.

⁹MENDES, P. “Metáfora”. In CEIA, C. E-dicionário de termos literários. <http://edtl.fcsh.unl.pt/encyclopedia/metafora/> Acesso em 03/09/2018.

leitor é exigido no processo interpretativo uma rejeição prévia do sentido primeiro da palavra, para a apreensão de outro(s) sentido(s) sugerido(s) pela mesma e clarificada pelo contexto, na qual se insere.

Quando falamos de contextos e narrativas, é importante trazer à tona o conceito de comunicação multimodal de Kress & Van Leeuwen (1996). Esta se refere aos diferentes modos de significação possíveis, ao mesmo tempo, num mesmo suporte. Estes autores sublinham que a cultura em si é multimodal por natureza, sendo que a multimodalidade sempre existiu; logo, as características aqui expostas sobre as metáforas fazem com que, nos tempos atuais - nesta era digital, com tantas possibilidades de construção de discurso em regimes multimodais – que as dimensões de multimodalidade estejam na ordem do dia dos estudos do discurso e da comunicação.

Ainda sobre este enquadramento multimodal, Almeida (2016) refere que “as dimensões sócio-históricas como fatores-chave que motivam as metáforas conceituais, fundamentadas em narrativas históricas e em nossa experiência cotidiana no mundo”. Portanto, na ótica da autora, as metáforas e as imagens metafóricas (o modo visual pode assumir preponderância em alguns casos), só podem ser entendidas caso o receptor dessas mensagens tenha a chave cultural necessária para acessar os contextos culturais que serviram como alicerce para as construções metafóricas relacionadas.

Almeida (2016) ainda ressalta a importância de compreender os quadros culturais envolvidos, de modo que, sem essa compreensão, pode-se entender errônea ou falsamente uma metáfora e, por consequência, uma informação ou uma notícia, por exemplo. Tem-se, em decorrência destes processos, a explicação de que as culturas acumuladas ao longo do tempo são, por assim dizer, o elemento-chave para que novas culturas possam ser acessadas - de modo que haja novas ocorrências metafóricas. A criação e a compreensão das metáforas, portanto, dependem de uma dinâmica interação entre o que consideramos ser o mundo real, com suas dinâmicas, e aquilo que temos como construção mental, como narrativas próprias ligadas à imaginação de cada um.

A metáfora conceitual, de acordo com este ponto de vista, faz parte do campo da cognição humana na comunicação e no discurso, sendo realizada como mapeamento conceitual do domínio-fonte para o domínio-alvo. Projecta-se, portanto, de um domínio mais concreto para o outro, menos concreto, os vastos conhecimentos sobre o mundo da experiência humana. Registe-se que para Lakoff e Johnson (1980) a metáfora pode acontecer através de três distintas classificações: as estruturais, as orientacionais e as ontológicas.

As primeiras, estruturais, são aquelas nas quais um conceito é estruturado

metaforicamente em termos de outro, de modo que se emprega um conceito para falar de outro. Já as metáforas orientacionais possuem grande referência das experiências cultural e física das pessoas, de modo que se relacionam à orientação espacial como para cima - para baixo, para dentro - para fora, frente - trás. E, por fim, com relação à última classificação, as ontológicas, diz-se que é aquela pela qual um conceito abstrato é transformado em entidade, objeto ou substância - ocorre, por exemplo, a personificação de objetos, que ganham, por sua vez, características de seres humanos.

Também no campo da política, Chilton (1996) elenca o papel da metáfora, com sendo o de representar estados de coisas, com especial destaque para problemas; o de identificar causas e soluções para os problemas; o de traçar planos e políticas; o de conceber cenários futuros, e o de formular políticas e as ações políticas propriamente ditas.

No domínio da multimodalidade, Forceville (2009) preconiza uma abordagem multimodal dos suportes texto-imagem ancorada em metáforas conceituais, em união ao fato de que tais metáforas dependem da cognição para sua existência, já que o autor indica que ela envolve, necessariamente, todos os modos de construção de significado, tais como sinais visuais e escritos, sons e música, gestos, cheiros e toques.

Portanto, retomando aos conceitos iniciais apresentados sob a ótica de Lakoff e Johnson (1980), uma metáfora conceitual é uma construção que se alicerça na vivência de experiências quotidianas. Ao invés de falar sobre a metáfora apenas como uma figura de linguagem, estes autores a apresentam como “mecanismo imaginativo da razão”.

De acordo com Almeida (2016), cabe ressaltar que os mapeamentos metafóricos são, de alguma maneira, “acessados pelos elos metonímicos nos domínios de fonte que melhoram nossa compreensão parcial dos fatos referenciais, mas evidentemente não dão acesso total nem mesmo a enquadramentos de significado inferencialmente reconstruídos”. Tais mapeamentos, portanto, não são isolados, mas sim inter-relacionados, advindos de um sistema estruturado - os conceitos metafóricos formam um sistema coerente, mesmo que sem consciência, de maneira automatizada e, praticamente, de um estímulo praticamente imperceptível.

Já que as metáforas conceituais envolvem, necessariamente, o discurso, cabe aqui destacar que, sob o conceito de análise do discurso, vale uma menção a Fairclough (1992) e sua perspectiva do discurso como prática social:

Ao usar o termo ‘discurso’, proponho considerar o uso da linguagem como uma forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais. Isso tem várias implicações. Primeiro, implica que o discurso

é um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente umas sobre as outras, como também um modo de representação. [...] Segundo, implica que existe uma relação dialética entre o discurso e a estrutura social, sendo que esta geralmente existe mais entre a prática social e a estrutura social: a última é tanto uma condição como um efeito da primeira (FAIRCLOUGH, 1992, pp. 63-64)

Atualmente, é importante mencionar que os estudos da metáfora e da metonímia, na atualidade, trazem consideráveis articulações sistemáticas, que interligam, por exemplo, cognição, pensamento e discurso, também e fundamentalmente em abordagens multimodais ao estabelecer elos de ligação metafóricos e metonímicos entre texto e imagem. Isso significa que essas grandes instâncias são estudadas em conjunto, de modo que se possa compreender, por exemplo, uma metáfora como de origem linguística tanto quanto cognitiva e social - com o discurso a articular esse processo, que se estabelece na construção conceptual metafórica simultânea dos elementos no conjunto texto-imagem. Conforme apontado por Forceville (2012) no contexto da análise de alguns anúncios publicitários, o domínio-fonte pode estar ou o texto ou na imagem, sendo que o mesmo é válido para o domínio-alvo. Contudo, ambos também podem estar plasmados em ambos os suportes.

3. IMAGENS DAS CAMPANHAS DO WWF: A RELAÇÃO METAFÓRICA NA PRODUÇÃO DE SENTIDO

Na ótica do que foi dito anteriormente, a presente tese analisar alguns produtos multimodais das campanhas da WWF relacionadas à água, que são configuradas tendo por base a metáfora conceptual enquanto ferramenta de comunicação do pensamento e da ação política, envolvendo naturalmente a persuasão do público, conforme se pode constatar campanhas de sensibilização para preservação de recursos naturais, que iremos estudar no presente trabalho.

É um facto que os mapeamentos metafóricos são gizados tendo por base a experiência física, social e cultural do ser humano que possibilita o entendimento cabal da intenção comunicativa de sensibilização para a preservação deste recurso natural. Postula-se, tendo em conta fundamentalmente as análises multimodais de índole metafórica levadas a cabo por Forceville (2012), que as campanhas do WWF em análise são muito semelhantes às campanhas publicitárias, na forma de produção do conteúdo visual e verbal. Isso porque os anúncios publicitários são estruturados à luz de metáforas conceituais que, de todo modo, utilizam-se de experiências humanas já vivenciadas na representação visual e verbais dos itens das suas campanhas.

Logo, é importante ressaltar que, para que as ilustrações multimodais ancoradas em metáforas conceituais atinjam o seu objectivo comunicativo e persuasivo, faz-se necessário que, no ato de percepção multimodal dessas imagens, os sujeitos ativem na sua mente vivências culturais anteriores que lhes estão a montante, e que permitem uma descodificação clara das mensagens intencionadas. Sublinhe-se ainda que estas permitem ao consumidor da campanha reter na sua mente determinado produto/ serviço/ ideia por um significativo período de tempo.

Cabe mencionar que, numa campanha majoritariamente de conteúdo visual, como as analisadas no presente trabalho, a imagem proposta induz a interpretações específicas que geram, de algum modo, impacto naqueles que a veem/ assistem. Assim, o espectador das campanhas do WWF, por exemplo, são condicionados a compreensões intencionalmente pré-estabelecidas pelo próprio WWF, de modo que a mensagem transmitida se torne inequívoca.

Vejam, por exemplo, em particular, uma das imagens analisadas no presente trabalho, que se apropria de diversos mecanismos comuns à maioria dos indivíduos para transmitir a sua mensagem de maneira certa, objetiva e com um propósito bem determinado. Note-se que estas imagens estão enquadradas no site do WWF em textos com as quais se compatibilizam ou aos quais servem de contraponto, mediante o facto de serem construídas contrafactualmente. Conforme assinalado por Almeida et al. (2013:92), “ as contrafactuais decorrem “(...) do entrosamento de um cenário imaginado com uma situação do mundo real, sendo que aquele se afigura contrário quer às evidências da experiência física e sociocultural, quer às narrativas históricas e/ou ficcionadas.”

Representação multimodal 1 – Campanha do WWF



A representação multimodal em apreço retrata modo de imagem um espaço da natureza composto por uma extensa área verde, com uma parte de floresta que, em determinada zona, se encontra desmatada. No modo verbal, somos alertados para a necessidade de agirmos contra a destruição dos ecossistemas florestais com o aviso “before it’s too late”. Contudo, o maior impacto da imagem provém do relevante mapeamento conceitual do domínio-fonte dos pulmões humanos no domínio do verde desmatado, que configuram uma escolha metonímica do órgão respiratório mais afectado pela poluição ambiental. A imagem metonímico-metafórica em questão despoleta uma série de inferências, ou seja, com um pulmão danificado ninguém consegue respirar, pelo que a vida humana se encontra em perigo de morte. E, por se tratar de uma floresta, automaticamente as pessoas associam, tendo por base o seu conhecimento do mundo comum, o desmatamento enquanto perigo ambiental decorre do mapeamento conceitual do domínio-fonte das dificuldades respiratórias de um pulmão danificado enquanto perigo de morte. Nota-se, portanto, que toda a composição imagética está alicerçada em mapeamentos metafóricos e inferências que são por demais impactantes e persuasivas para o público em geral.

Esta representação multimodal da campanha está embasada em diversos aspetos do conhecimento do mundo que contribuem decisivamente para o impacto comunicativo. Algumas delas são as de que árvores geram vida, que há muito tempo integra o pensamento humano ocidental e oriental. Se o homem desmata os locais onde tais árvores estão, este desmatamento passa a terminar com árvores e, por consequência, afeta todo o ecossistema, como é o caso dos rios que estão no ambiente ao redor. Ao afetar os rios e, conseqüentemente, a água do local, outras árvores serão afetadas por falta de água, o que vai concatenar, a partir de então, uma série de outros problemas ambientais, tais como: os pássaros não terão mais seu habitat natural para alimentação, por exemplo; animais terrestres também passam a sofrer com alimentação e predação; estes problemas chegam a áreas mais afastadas e passam a atacar, também, a qualidade da vida humana nas cidades ao redor da área desmatada, e assim por diante.

Ao construir a falta de árvores recorrendo às imagens de pulmões humanos remetemos para as doenças que poderiam ser causadas, por exemplo, por insuficiências respiratórias advindas de um local desmatado. Tais deficiências poderiam acarretar doenças mais graves, como tipos de câncer e, inclusive, a morte. Portanto, a ideia de inserir uma alusão ao pulmão humano danificado na imagem serve como um reforço à necessidade imperiosa de preservação da vida e do ecossistema.

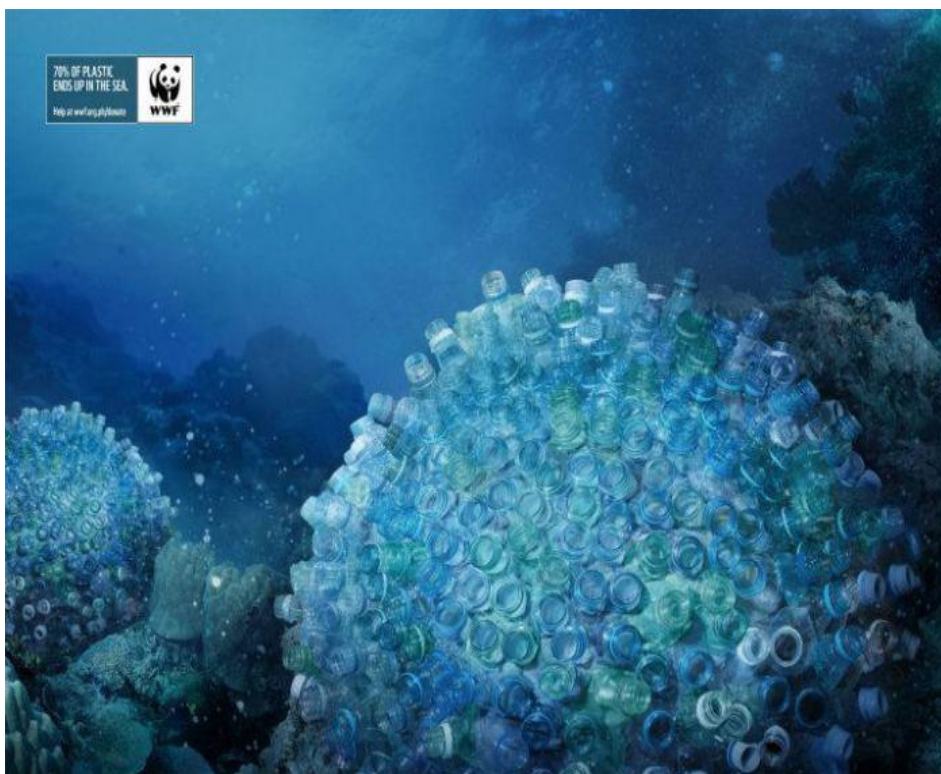
Há, portanto, os componentes explícitos e inferenciais que compõem a imagem, na

base de metáforas conceituais adequadas a contextos situacionais, tendo em conta de que os receptores terão a capacidade de compreender os mapeamentos metafóricos nelas contidos. Assim, com relação a esta campanha específica do WWF, podemos estabelecer algumas das já citadas metáforas conceituais que se encontram articuladas entre si. À metáfora conceitual amplamente conhecida FLORESTA É VIDA contrapõem-se as metáforas conceituais impactantes, logo DESMATAMENTO É DOENÇA, inferindo-se no futuro que DESMATAMENTO É MORTE, que se reporta ao desaparecimento dos seres vivos do planeta.

Sublinhe-se mais uma vez que o impacto desta campanha nas pessoas decorre da eficácia comunicativa do conjunto de metáforas conceituais articuladas entre si e, sobretudo, da metáfora final da cadeia, que ativa, por inferência, mentalmente o receio humano universal da morte. Reconhece-se que este tipo de campanha de defesa ambiental se utiliza mapeamentos metafóricos argumentativos, para atingir o seu alvo de maneira persuasiva, de modo que envolva a adesão massiva do público-alvo à mesma.

É interessante notar que o propósito das metáforas conceptuais utilizadas nas campanhas da WWF reside numa comunicação eficaz, objetiva e impactante - principalmente por serem imagens que passam uma mensagem com a qual todos aqueles que desejam a preservação do mundo e, conseqüentemente, da espécie humana, se identificam. Por isso, a Teoria da Metáfora Conceptual (Lakoff e Johnson, 1980), bem como a sua aplicação a campanhas políticas (Chilton 1996), e no nosso caso, campanhas de sensibilização ambiental de cunho político, constitui uma ferramenta importante para o reconhecimento do papel fundamental dos mapeamentos metafóricos na construção de imagens que denunciam o aniquilamento do mundo verde, que põe em perigo a sobrevivência da vida humana.

Representação multimodal 2 – Campanha do WWF



A segunda representação multimodal em análise faz parte de uma campanha de preservação do WWF das Filipinas, em que se mostra uma barreira de coral em tons fortes de azul. Porém, as zonas mais claras e iluminadas, que são o domínio-fonte do mapeamento ilustram um aglomerado de bocas de garrafas de plástico, à luz das quais se representa a barreira de coral já sem vida.

Com isso, a imagem mostra como será o destino dos mares e oceanos se o homem continuar a poluir e descartar incorretamente seus resíduos, principalmente os de plástico, que demoram 250 anos ou mais a se biodegradarem. A ideia de usar os conglomerados de plástico no mar como domínio-fonte da poluição das barreiras de coral se deve principalmente à analogia morfológica entre os conglomerados de coral e os conglomerados de plástico que poluem o oceano. E tendo este habitat comprometido, todos os animais que nele vivem também estão, se é que estes vão existir até este nível de degradação marinha.

No modo textual, a afirmação de alerta ambiental “70% of plastic ends up in the sea” assinala a dimensão catastrófica de uma prática ambiental irresponsável. De modo idêntico à imagem anterior, partimos da conceptualização metafórica **COMPORTAMENTO DO HOMEM É POLUIÇÃO**, logo **MAR É MORTE**.

Representação multimodal 3 – Campanha do WWF



Esta terceira imagem, em regime multimodal, composta por o modo visual que nos remete para a destruição da vida do Coliseu de Roma. O modo visual que encontra eco no modo verbal “O futuro pode destruir” afigura-se impactante, uma vez que representa este monumento milenar em meio a uma clara cena de destruição e imersão, causada pela poluição e mudanças climáticas.

A construção cromática da imagem, recorrendo às cores escuras e a um cenário de tempestades e raios, mostra claramente que a poluição ambiental, na qual a água em enxurrada pode funcionar com elemento devastador, poderá danificar irremediavelmente o património arquitetónico de relevância histórica mundial. Isso não envolve apenas a geração de hoje, mas também todas as outras que ainda estão por vir, mostrando que o passado e o futuro (moderno), ao mesmo tempo em que, estão interligados, estão comprometidos pelas ameaças naturais ao equilíbrio ecológico na sua interação com o patrimônio arquitetônico.

É importante ressaltar que o que pode ser considerado como ponto principal como dessa campanha é que a escolha do monumento como parcialmente submerso, ao mostrar que o Coliseu de Roma, um monumento da antiguidade que resistiu durante muitos séculos, em questão de horas, pode ser destruído por conta de uma forte inundação decorrente das alterações climáticas. Ou seja, por conta do modo de vida do homem e da poluição por ele gerada que tem como consequência as mudanças climáticas, um monumento com quase dois mil anos de história pode ser irremediavelmente danificado. Veja-se como se procedeu ao encadeamento das metáforas conceituais para que a mensagem de necessidade de mudança de

hábitos humanos poluentes para que a mensagem passe para o grande público. Na arquitectura semântica, parte-se da metáfora conceitual de MONUMENTO É VIDA (e HISTÓRIA) que é contraposto pela metáfora conceitual POLUIÇÃO É DESTRUIÇÃO, logo DESTRUIÇÃO É MORTE do património arquitectónico milenar.

Representação multimodal 4 – Campanha do WWF



A quarta imagem que iremos analisar, recorre no domínio-fonte a ícone da cultura fílmica e mítica, a nível mundial, a saber, a história do Tarzan. Na campanha em apreço, Tarzan, figura que tem a floresta como sua casa e como meio de sobrevivência. Tarzan continuaria a ser feliz no seu habitat, usando as lianas para se deslocar entre árvores, mas a destamatação da floresta faz com que esta sua forma de deslocação aérea seja impossível, em virtude do risco de vida que envolve.

Esta evolução negativa do ponto de vista ambiental é conseguida visualmente através da divisão da imagem em duas partes distintas: à esquerda, visualiza-se o habitat do homem primitivo, em meio à floresta, respeitando e cuidando da mesma, recorrendo à caça e ao cultivo da terra como fontes de alimento da espécie humana. Refira-se que esta imagem da esquerda mostra ainda uma predominância da cor verde, com árvores altas e frondosas.

Em contraponto, o lado da direita representa a evolução negativa representada pelo desmatamento de uma parcela do território, que nos remete para a destruição do meio ambiente. O céu é escuro, com nuvens escuras, sem mostrar qualquer resquício de luz. O solo desmatado é seco, com troncos de árvores secos por terra.

No modo textual “15 km of rain forest disappears every minute” faz uma referência ao desmatamento desenfreado causado pelo homem moderno que em cada minuto faz desaparecer 15 quilômetros de floresta tropical. Desta forma, a campanha mostra a figura do Tarzan, que foi imortalizada no cinema, voando por entre as árvores, agarrado às lianas. Contudo, ele corre riscos de vida, pois não consegue sobreviver num mundo árido e sem árvores, o que é provocado pela falta de humidade e de água. Pode dizer-se então que esta composição de imagem mostra como o homem moderno, em contraponto ao Tarzan, na sua evolução sobreexplorou os recursos naturais de tal forma que acabou com o mundo verde em diversas zonas do planeta. Parte-se então da conceptualização metafórica de FLORESTA É VIDA que, por ação do homem ao longo do tempo passou tem como consequência DESMATAMENTO É MORTE.

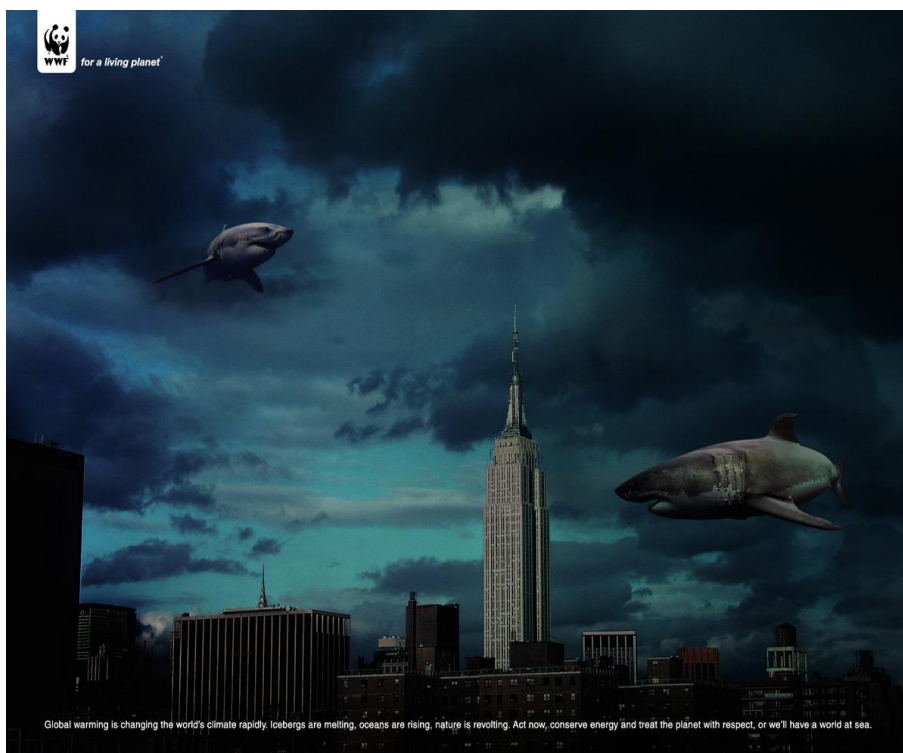
Representação multimodal 5 – Campanha do WWF



A quinta imagem, desta vez em regime multimodal, com o texto em romeno “Natura nu e reciclabilă”, representa um cenário árido com cores em tons de amarelo e castanho, que constituem cenários de seca extrema, certamente em virtude do impacto de todos os elementos poluentes que deveriam ter sido reciclados. Ao centro, a imagem de um animal feito de restos de lixo, dado que o animal vivo já estará extinto. Todo o seu redor é como ele, sujo em cores escuras e composto de resíduos poluentes descartados pelo homem. Existe também na imagem a representação de um rio, ou apenas o que sobrou de um rio, também totalmente poluído, ou seja, completamente sem vida.

O céu é escuro, com nuvens carregadas, o que se destaca pela iluminação ao centro, que nem por isso demonstra o mínimo resquício de alegria ou de vida, muito pelo contrário. A iluminação utilizada além dar a impressão de contraste com o restante do céu, dá ainda mais importância à figura do animal metálico que está localizado ao centro, como símbolo maior da destruição causada pela poluição. Não será difícil reconhecer que nesta imagem os vestígios do mundo natural são quase inexistentes, pelo que, ao invés das outras imagens analisadas, já temos apenas imagens metafóricas de caráter negativo, a saber, LIXO É POLUIÇÃO e POLUIÇÃO É MORTE, logo se infere que é necessário proceder à reciclagem dos resíduos para conseguir salvar o planeta.

Representação multimodal 6 – Campanha do WWF



A sexta imagem, em regime multimodal, ilustra, de maneira clara e assustadora, as consequências do aquecimento global, antecipando o submergir da cidade, recorrendo, numa metonímia de causa-efeito, à representação do perigo de tubarão. As cores predominantes são azul, preto e cinzento, mostrando o que chamamos de uma “selva de concreto” que está em perigo de ser submergida, o que terá como consequência o desaparecimento da vida humana em contexto urbano.

A mensagem veiculada de alerta ambiental é tão impactante com a imagem submersa

do Coliseu, anteriormente analisada. Contudo, esta não usa da imagem da água, mas metonimicamente a figura do tubarão, que, como bem sabemos, só sobrevive em ambiente aquático. Na representação multimodal, um arranha-céu, edifício arquitectónico de elevada complexidade tecnológica, vê-se ameaçada por duas figuras de tubarão, animal que nos inspira medo, o que mostra que a força da natureza é maior do que a obra mais gigantesca do homem. No texto é afirmado claramente que “nature is revolting”, ou seja, a natureza está em revolta em consequência das alterações climáticas.

A ideia da foto é passar uma imagem impactante acerca do perigo das alterações climáticas que podem transformar o meio urbano em meio aquático, pelo que é importante alterar os comportamentos humanos nocivos do ambiente. Parte-se da conceptualização de CIDADE É VIDA, para CIDADE É MEIO AGUÁTICO, logo CIDADE (submersa) É MORTE, pois o ser humano não sobrevive em meio aquático.

Representação multimodal 7 - Campanha do WWF



A sétima imagem acima pretende alertar para a poluição de um rio, mediante figuração hiperbólica de uma única lata de tinta, representada em larga escala, de que resulta a poluição de milhões de litros de água. Para passar esta informação, a WWF ‘sujou’ o rio de uma cidade, por meio de uma montagem fotográfica. Note-se ainda que a cor cinzenta do rio e dos edifícios remete à poluição ambiental, sendo superintendida por duas metáforas conceituais encadeadas LATA DE TINTA É POLUIÇÃO. No modo textual “A single tin of paint can pollute millions of litres of water”, que reforça a imagem pictórica, tal como chama

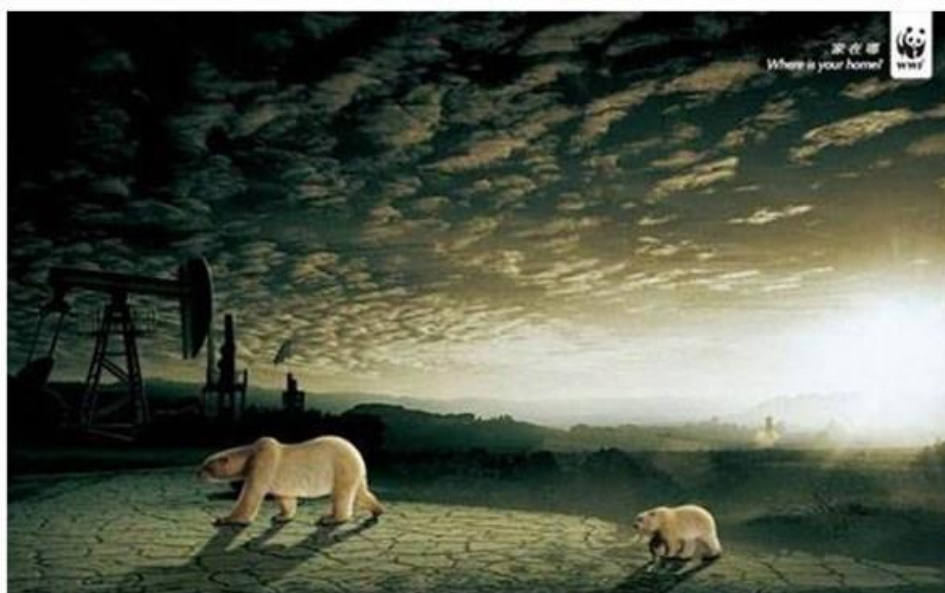
atenção do leitor para o efeito prejudicial de uma simples lata de tinta no meio ambiente de uma cidade inteira.

Representação multimodal 8 - Campanha do WWF



Esta oitava imagem multimodal é uma composição de texto-imagem encimada pelo texto de alerta para a necessidade de agir contra a degradação ambiental “preserve your world; preserve yourself”. Não se trata de uma foto comum de cachoeira, mas sim de uma mesclagem conceitual, em que a cachoeira assume a forma de um rosto humano de olhos fechados, denotando alguma tristeza. Esta personificação ou metáfora ontológica **NATUREZA É SER HUMANO TRISTE** reporta-se aos impactes da poluição da água no ser humano, sendo que está ancorada em **SER HUMANO É POLUIÇÃO**, que se contrapõe ao modo textual do anúncio **ACÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO DO PLANETA**.

Representação multimodal 9 - Campanha do WWF



Nesta nona imagem em análise multimodal, para sublinhar o aniquilamento do habitat natural do urso, figuram dois ursos polares caminhando num solo de seca extrema, rodeados por uma zona industrial. A poluição ambiental extrema está reflectida nos tons de cinzento usados na representação deste habitat poluído, bem como no manto de neblina resultante da poluição atmosférica que paira sobre a terra árida e ressequida. A perda do habitat e a procura de novo habitar são sublinhadas no modo textual pela interrogação “where is your home?” , uma vez que os ursos têm de ir mais além na sua caminhada para encontrar alimento. Várias metáforas conceituais superintendem o modo de imagem desta, a saber, CIDADE INDUSTRIAL É POLUIÇÃO, pelo que POLUIÇÃO INDUSTRIAL É MORTE.

Representação multimodal 10 – Campanha do WWF



A décima imagem multimodal acima revela uma sintonia conceitual assinalável entre texto e imagem. O modo textual no lado esquerdo bem visível a branco em fundo negro – THE WORLD IS IN OUR HANDS – alerta para a necessidade de ação do homem na preservação dos recursos naturais. Na imagem propriamente dita, figuram metonimicamente duas mãos em tom de azul, que representam os oceanos, em volta do mapa-mundo, em que se constata que as zonas verdes estão bastante diminuídas relativamente às áreas desertificadas. A construção conceitual assenta em primeiro lugar na metonímia **MÃO É SER HUMANO** e na metáfora conceitual **AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO do PLANETA**.

Representação multimodal 11 - Campanha do WWF



Esta imagem multimodal, a décima primeira a ser analisada, criada pelo WWF Brazil retrata muito bem a realidade que o país vive há muitos anos, o da seca extrema causada pelo aquecimento global. A montagem do modo visual decorre da representação de uma extensão de terra árida em tons de cinzento escuro. Esta se contrapõe a uma fotografia, que se julga ser a imagem do passado do rio, em que um grupo de seres humanos, usufruindo das boas condições ambientais do curso de água, pratica desporto aquático. No modo textual figura o slogan “Mantenha viva sua esperança”, no canto inferior esquerdo em letras microscópicas. Reconhecemos na base da composição desta imagem as metáforas conceituais **AQUECIMENTO DO PLANETA É DESTRUIÇÃO** e **AQUECIMENTO DO PLANETA É MORTE**. Assim sendo, a boa condição natural do rio é já uma fotografia do passado, ou seja, **VIDA NATURAL É LEMBRANÇA PASSADA**.

Representação multimodal I2 - Campanha do WWF



A imagem multimodal em análise, a décima segunda, reflecte um processo metafórico de projecção conceitual do domínio-fonte dos anfíbios no domínio-alvo do homem, o que pretende ilustrar as transformações que as mudanças nos ecossistemas podem causar, Mediante a necessidade de adaptação do homem a um novo meio ambiente, que no caso, seria o ambiente aquático. No modo textual, o texto apela à alteração de comportamento humano conducente à defesa do ambiente, como forma de evitar as alterações climáticas, mediante o slogan “stop climate change before it changes you”. Reconhece-se o seguinte conjunto de metáforas conceituais no jogo semiótico entre texto e imagem **DESTRUIÇÃO AMBIENTAL É PERIGO de VIDA**, pelo que **DESTRUIÇÃO AMBIENTAL É METAMORFOSE HUMANA**.

Representação multimodal 13 – Campanha do WWF



A imagem multimodal acima da campanha do WWF, a décima terceira que analisamos, é apresentada em tríptico para representar metaforicamente a evolução negativa da poluição da água mapeada num desastre nuclear. Da esquerda para a direita, a primeira imagem representa um copo com água limpa que foi poluída, o que resulta numa reacção nuclear; na segunda imagem o mesmo copo está invertido, mas a reacção nuclear contida no copo. Na terceira imagem, os impactes ambientais da explosão nuclear são generalizados, conforme sublinhado no modo textual “polluted river water kills as many people as a nuclear bomb”, deixando como alerta que a poluição da água num copo é tão devastadora quanto este tipo de catástrofe ambiental. Reconhece-se uma teia de imagens metafóricas subjacente à construção do modo de imagem, a saber, POLUIÇÃO É CATÁSTROFE NUCLEAR logo POLUIÇÃO DA ÁGUA É MORTE.

Representação multimodal 14 – Campanha do WWF



A construção multimodal do texto-imagem, que analisamos em décimo quarto lugar, está ancorada no mapeamento conceitual entre a imagem de um atum no domínio-fonte e a imagem de um rinoceronte no domínio-alvo. Tal constitui um alerta para a sobrepesca deste peixe que passa claramente despercebida ao público em geral. Estas imagens e o texto interrogado que as acompanha “Would you care more if it was a rhino?” remete-nos inferencialmente para a questão da consciencialização da extinção do atum à luz da extinção do rinoceronte, que se afigura mais óbvia, certamente porque mais debatida na praça pública. Temos assim as seguintes metáforas conceptuais ÁGUA É VIDA, mas SOBREPESCA É MORTE.

Representação multimodal 15 - Campanha do WWF



Na construção da imagem multimodal do WWF Brazil, a décima quinta da nossa análise, figura o porco-mealheiro, uma imagem icônica da poupança de dinheiro. Este usado no domínio-fonte da construção da imagem metafórica, sendo mapeado no domínio-alvo de poupança da água enquanto recurso natural, que enche parcialmente o porco-mealheiro. Esta construção multimodal decorre das metáforas conceituais **POUPANÇA DE ÁGUA É VIDA** e **AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO OD PLANETA**, cuja urgência se encontra bem assinalada quer no modo visual, quer no modo textual: “Conserve seu planeta. Ainda dá tempo”.

Representação multimodal 16 – Campanha do WWF



A imagem multimodal em análise, a décima sexta do nosso corpus, está representada em imagem cromaticamente em vários tons de azul, a fim de demonstrar a limpidez dos mares e oceanos e em texto “for a living planet”. O mapeamento metafórico decorre do facto de a representação da tartaruga, domínio-alvo da campanha, no centro da imagem, ter em seu casco “don’t save” ou “save”, expressão do domínio informático, que se reporta à hipótese de “salvar” ou “não salvar” documentos certamente importante. Ou seja, se não salvarmos um documento informaticamente, este desaparece informaticamente, o que vai acontecer também com a tartaruga que corre risco de extinção. Parte-se na construção da imagem da metáfora conceitual ÁGUA É VIDA MARINHA para vincar claramente que devemos pensar que AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO DO PLANETA.

Imagem multimodal 17 - Campanha do WWF



Nesta décima sétima imagem em análise, a construção metafórica decorre do mapeamento do domínio-alvo do leão marinho à luz do domínio-fonte dum sem “teto”, o que nos remete para uma alteração do seu habitat aquático do animal. O modo textual desta campanha WWF Brazil, a saber, em tradução para português “você pode ajudar, pare com o aquecimento global” mostra como o aquecimento global tem consequências desastrosas na preservação do meio marinho. A mensagem é clara: há que agir para evitar este tipo de catástrofe natural. São activadas as seguintes metáforas conceituais ÁGUA É VIDA MARINHA, para evitar o cenário de catástrofe em que DESTRUIÇÃO AMBIENTAL É MORTE, no modo textual sublinha-se a urgência de ações para combater o aquecimento global, consignada na metáfora conceitual AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO AMBIENTAL.

Imagem multimodal 18 - Campanha do WWF



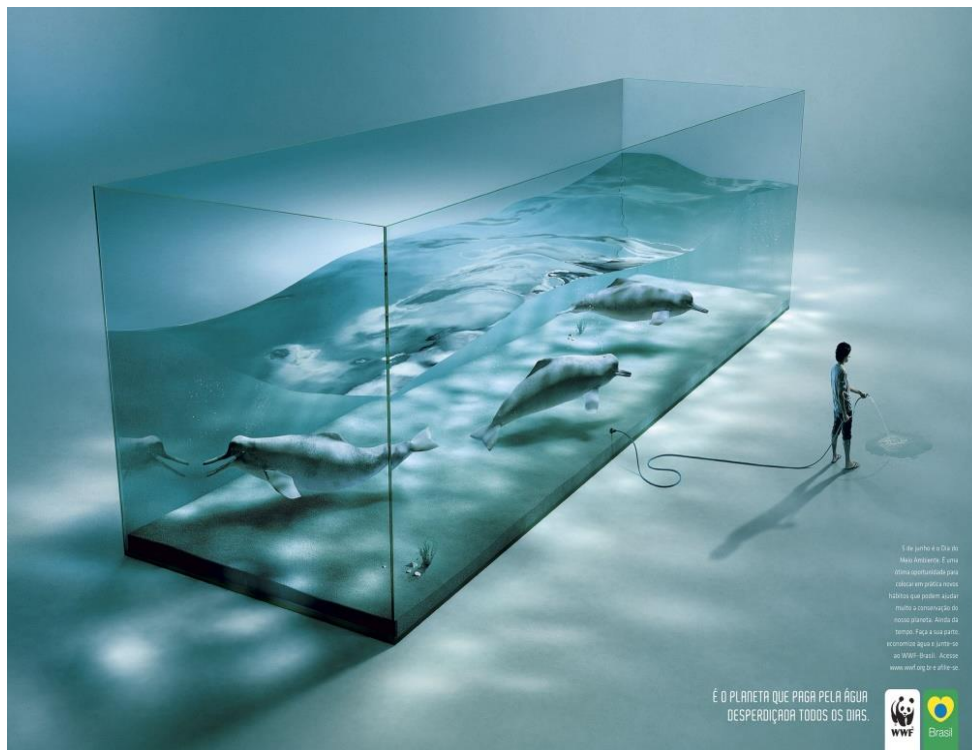
A imagem multimodal em análise, em décimo oitavo lugar, representa uma unidade industrial poluente, mas já submersa, comprovável visualmente pelo facto de que as chaminés soltam bolhas de ar. O modo textual dessa campanha “if we don t stop the global warming, nature will” assinala a força destruidora da natureza, neste caso da água, em face dos desequilíbrios ambientais irreversíveis. Caso isso não seja feito, a força do aquecimento global e da natureza terão efeitos devastadores sobre o planeta terra. Várias metáforas conceituais estão encadeadas nesta imagem POLUIÇÃO É DESTRUIÇÃO AMBIENTAL, logo DESTRUIÇÃO AMBIENTAL É MORTE, em contraponto no modo textual activa-se a metáfora conceitual AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO AMBIENTAL.

Imagem multimodal 19 - Campanha do WWF



Na imagem multimodal que analisamos em décimo nono lugar, vislumbra-se, no modo visual, dois mergulhadores que se deparam com objectos de tipo diverso, alheios ao meio marinho, que concorrem para a poluição do fundo do mar, parcialmente desertificado. No modo textual, “The future is man made”, ou seja, em tradução para português, “o futuro é feito pelo homem” destaca a acção humana que poderá impedir este desastre ambiental. O intuito da campanha é mostrar que a vida subaquática está ameaçada pela poluição dos oceanos. As seguintes metáforas conceituais superintendem a elaboração da representação multimodal **ÁGUA É VIDA MARINHA, HOMEM É POLUIÇÃO AMBIENTAL, POLUIÇÃO AMBIENTAL É MORTE**. No modo textual apela-se mais uma vez à acção humana **AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO AMBIENTAL**.

Imagem multimodal 20 - Campanha do WWF



A imagem multimodal em análise, no vigésimo lugar, concebida pela WWF Brasil, representa a imagem de um grande aquário já com pouca água, e como tal com vida marinha agonizante. Este esvaziamento, porém, é realizado por uma figura humana que através do recurso a uma mangueira rega uma superfície de terra, sem necessidade aparente. O modo textual “É o planeta que paga pela água desperdiçada todos os dias” constitui uma crítica à postura da figura humana que gasta água desnecessariamente. A reação texto-imagem está alicerçada nas seguintes metáforas conceituais **ÁGUA É VIDA**, logo **DESPERDÍCIO DE ÁGUA É MORTE**.

Imagem multimodal 21 – Campanha do WWF

A imagem multimodal representada abaixo, que analisamos em vigésimo primeiro lugar, assume o modo de imagem como predominante, a par do logo e slogan do WWF. Ilustra um cenário de aridez e desmatamento do solo, mediante uso cromático de tons de castanho. Na verdade, a campanha é uma alusão às funções da vegetação na preservação da humidade e na manutenção do ecossistema. As metáforas conceituais que a superintendem encontram-se encadeadas da seguinte forma AÇÃO DO HOMEM É DESMATAMENTO, DESMATAMENTO É SECA, logo SECA É MORTE.



Imagem multimodal 22 – Campanha do WWF



A imagem multimodal que analisamos em vigésimo segundo lugar tem como ponto central a Torre Eiffel, representação metonímica de Paris, representada como estando envolta numa nuvem poluente. No modo textual, o segmento de texto “o futuro pode assustar” casa bem com as escolhas cromáticas em tons de cinza e preto que denunciam um ambiente poluído. A construção da imagem reflete contrafactualidade, dado que os tons sombrios da mesma, em virtude da força destruidora da natureza, contrastam em absoluto com o facto de Paris ser conhecida como “a cidade luz”. A construção multimodal foi elaborada na base das metáforas conceituais AÇÃO HUMANA É POLUIÇÃO, POLUIÇÃO É DESASTRE AMBIENTAL, logo DESASTRE AMBIENTAL É MORTE.

Imagem multimodal 23 - Campanha do WWF



A imagem multimodal em análise é proveniente da campanha WWF francesa que reflete o aniquilamento da vida marinha num aquário, observada por um casal, por conta da poluição sob a forma de objectos poluentes, tais como sacos de plástico, garrafas, latas e lixo. O modo textual urge à acção humana de intervenção na defesa dos ecossistemas dos oceanos “protéger les océans c'est sauver notre planète”. Apela-se também à força das ações coletivas de proteção ambiental “Ensemble nous sommes la solution. A montagem da imagem está

ancorada na metáfora conceitual AÇÃO DO HOMEM É POLUIÇÃO, POLUIÇÃO É MORTE, pelo que, no modo de imagem urge por em marcha uma contra-ação de ACÃO DO HOMEM É SALVAÇÃO AMBIENTAL.

Imagem multimodal 24- Campanha do WWF



A imagem multimodal acima apresenta claro predomínio do modo de imagem, sendo que o modo textual se reporta apenas à representação do símbolo do WWF. No modo de imagem, temos a representação de uma casque de gelado, em que a imagem do gelado a derreter serve de domínio-fonte à representação do desmatamento assinalável da terra representar no domínio-alvo. Registe-se que também se pode inferenciar através da imagem que a zona azul dos oceanos também está num processo de derretimento, por ação do aquecimento global, evidenciando o facto de que os primeiros sinais de inundações por via das mudanças climáticas já são detectáveis a olho nu. Esta representação decorre das metáforas conceituais DESMATAMENTO É MORTE, bem como INUNDAÇÃO É MORTE.

Imagem multimodal 25 – Campanha do WWF



A imagem multimodal acima, concebida pelo WWF França, revela uma sintonia conceitual assinalável entre texto e imagem, que interpretamos como uma metáfora ontológica de personificação do planeta terra à luz do órgão vital do corpo humano, o coração. O modo textual ao centro, visível no fundo branco “dévaster les océans, cést asphyxier notre planète”, sendo que no modo de imagem temos um coração humano, que metonimicamente representa o homem, com cores que remetem ao planeta Terra. Porém, nesta imagem tanto os continentes quanto a área verde, que simboliza as matas apresentam uma extensão reduzida, como que em vias de extinção. Registe-se que este “coração”, esvaído em sangue, está a ser apertado pela mão de alguém, mas o sangue (que é vermelho) está representado cromaticamente em tons escuros de azul escuro com laivos de preto, o que nos remete para os agentes poluentes dos oceanos. Além do mais, o mapeamento do coração enquanto órgão vital do corpo humano no planeta terra assinala a importância que a Terra e a água têm na vida do seu humano. São ativas as metáforas conceituais **ÁGUA É VIDA**, **AÇÃO HUMANA É POLUIÇÃO** e **POLUIÇÃO É MORTE**.

Imagem multimodal 26 - Campanha do WWF



Em vigésimo sexto lugar, analisamos a foto acima que mostra um mar de água, onde os vários tons de azul predominam, fazendo uma referência à grande extensão deste recurso natural na terra. Porém, o modo textual “um mundo com sede”, construído contrafactualmente à imagem da vastidão oceânica, veicula a mensagem de que, com tanta água, cria-se a ilusão de que a água é um bem ilimitado, mas não é a realidade no mundo atual.

Portanto, em face da construção contrafactual desta imagem multimodal, o modo de imagem remete-nos para a metáfora conceptual **ÁGUA É VIDA**, enquanto o modo textual nos veicula a mensagem **NÃO ÁGUA É MORTE**.

Imagem multimodal 27 - Campanha do WWF



A imagem multimodal acima mostra a confecção de um prato de sushi da culinária japonesa, que tem como artigo principal, o peixe, geralmente o salmão ou atum, envolto no arroz. Neste caso, o peixe já não existe no prato, o que chama a atenção para sobrepesca destas duas espécies, o que pode originar o seu desaparecimento enquanto recurso alimentar. Em conformidade, o modo textual “n’attendons pas que le manque se fasse sentir pour réagir” apela à ação urgente, tendo em vista a preservação destes recursos piscatórios, antes que o desaparecimento destas espécies se torne irreversível . No modo de imagem estão ativas as metáforas conceituais ÁGUA É VIDA, POLUIÇÃO É MORTE. Já o modo textual instiga à ação do homem na proteção da biodiversidade, ou seja, AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO.

Imagem multimodal 28- Campanha do WWF



A configuração texto-imagem apresentada tem como domínio-fonte a imagem de uma garrafa de plástico amachucada, com um animal dentro, que se assemelha a uma ampulheta, usada antigamente para medição do tempo. O modo textual “time is running out for them, not for plastic” remete-nos para a importância da preservação e manutenção da natureza animal e dos ecossistemas que estão em perigo, em contraponto à incapacidade de destruição de uma garrafa de plástico que leva mais de cem anos para entrar em decomposição. Enfatizando o quão prejudicial é para a natureza o descarte indevido desse tipo de material. São presentes as metáforas conceituais AÇÃO HUMANA É POLUIÇÃO, logo POLUIÇÃO É MORTE.

Imagem multimodal 29 - Campanha do WWF



Na configuração multimodal acima, o modo textual do WWF França “Moïse avait le pouvoir séparer les océans, vous avez le devoir de les protéger” refere-se ao episódio bíblico em que Moisés que conduz o seu povo rumo à terra prometida para escapar ao faraó, abrindo um caminho no mar, o que constitui o domínio-fonte da metáfora. O modo visual mostra claramente um mar dividido ao meio, como narra na história bíblica. O foco da imagem é o fundo do mar, agora a descoberto, altamente poluído com garrafas, sacos plásticos, pedaços de madeira e outros tipos de lixo. Em face do elevado grau de poluição do mar pelo homem, infere-se que nem Moisés conseguiria passar por este caminho de tão obstruído pela poluição. Tendo por base a metonímia conceitual MOISÉS É CAMINHO DE SALVAÇÃO, são contrafactualmente ativadas as seguintes metáforas conceituais HOMEM É POLUIÇÃO, logo CAMINHO PELA ÁGUA É MORTE, mas AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO.

Imagem multimodal 30 - Campanha do WWF



A imagem multimodal apresentada acima é de um cartão de Boas Festas e foi concebida pela WWF Brasil. Contudo, a árvore de Natal, um dos símbolos-chave do Natal está cortada, sendo que os enfeites da árvore de Natal estão espalhados no solo. No modo textual, os votos de “Feliz Natal” veiculam uma contrafatorialidade relativamente à imagem de tristeza e desolação do meio-ambiente devastado. A ideia veiculada é de que, por conta do desmatamento, o Natal esteja em risco de acabar, pois sem a árvore de Natal não terá significado. A elaboração desta campanha multimoda decorre da vigência das metáforas conceituais FLORESTA É VIDA, HOMEM É DESMATAMENTO, DESMATAMENTO É MORTE.

Imagem multimodal 31 - Campanha do WWF



A imagem multimodal em análise mostra um urso polar com as patas frente ao focinho e a cabeça abaixada, em sofrimento porque está isolado dos da sua espécie, num pequeno bloco de gelo, portanto em risco de vida. As nuvens em cor quente remetem a calor, indicando que o aquecimento daquela zona do globo. As metáforas conceituais que suportam o layout da imagem são AQUECIMENTO GLOBAL É DESTRUIÇÃO AMBIENTAL, DESTRUIÇÃO AMBIENTAL É MORTE. No modo textual apela-se à ação urgente de prevenção deste cenário de catástrofe ambiental “Reáçissons. Le temps et compté.”, à luz da metáfora conceitual AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO.

Imagem multimodal 32 - Campanha do WWF



A imagem multimodal acima representa no modo visual um Bicho-preguiça que deveria estar abraçado a uma árvore, mas que se encontra suspenso no ar, uma vez que a árvore terá sido cortada por conta do desmatamento desordenado. Trata-se de uma representação contrafactual, ou seja, ao arpejo das leis da física que não permitem uma suspensão de uma figura no ar do globo terrestre. Além disso, as cores das árvores mostram folhas que parecem estar secas, o que dá a ideia de uma região árida e sem vida. As metáforas conceituais que subjazem a esta construção multimodal, em que a imagem se encontra acompanhado do símbolo do WWF no modo textual, **AÇÃO HUMANA É DESMATAMENTO, logo DESMATAMENTO É MORTE.**

Imagem multimodal 34 – Campanha do WWF



Esta elaboração texto-imagem acima, assim como a que analisamos anteriormente, mostra um animal de vida aquática formado por sucata, à luz da metáfora conceptual VIDA ANIMAL É LIXO. Com cores tristes e escuras, a imagem mostra um polvo feito de diversos tipos de lixo, incluindo tampinhas de garrafa. O fundo da imagem, ao contrário de um mar comum, não é azul e nem tem outros animais e vida marinha ao redor, tudo é preto e vida marinha. São ativas as metáforas, POLUIÇÃO É MORTE, mas AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO, conforme o apelo presente no modo textual “Save our seas”.

OBSERVAÇÕES FINAIS

Tendo como foco as campanhas de preservação e de melhoria na manutenção e na gestão da água, o WWF, uma entidade não governamental internacional, que promove campanhas de sensibilização contra as ações humanas que põem em perigo os ecossistemas numa panóplia de países, procedeu-se à análise das campanhas multimodais, em que o modo de imagem é acompanhado por um modo textual de extensão relativamente reduzida. Estes suportes multimodais são bastante impactantes, dado que emergem de processos de mapeamento metafórico e metonímico que têm como domínio-fonte dimensões experiências e práticas culturais de abuso ambiental que são reconhecidas pelo público em geral.

Na senda de Johnson (2007:32), sublinhamos que o significado de algo reside nas suas ligações reais ou potenciais com outras coisas, eventos e experiências. Como ficou provado pela análise multimodal das campanhas de sensibilização ambiental, essas experiências de catástrofe natural são plasmadas em imagens impactantes de destruição do património natural, como consequências da deterioração ambiental que tem ocorrido, em particular, nos últimos 100 anos.

Transversalmente a todo o *corpus* de suportes imagem-texto, as imagens impactantes da destruição do património natural opõem cenários de vida aos cenários de morte, fundamentalmente de seca extrema, decorrentes do desmatamento, superintendidos pelas metáforas conceptuais ÁGUA É VIDA versus NÃO ÁGUA É MORTE ou CATÁSTROFE NATURAL É MORTE. Nas representações metafóricas referentes à destruição de ambientes urbanos, mediante acção das catástrofes naturais, como inundações, os cenários que são construídos na base de mapeamentos metafóricos, no modo de texto, ou no modo de imagem, focam a destruição de património natural e biológico, ao veicular as imagens de entidades híbridas, com destaque para a metáfora conceitual VIDA ANIMAL É LIXO, ou mesmo ANIMAL É HOMEM. Relativamente ao património arquitectónico com milhares de anos, este também se encontra em risco de destruição na base da concepção metafórica de que CATÁSTROFE NATURAL É MORTE.

Todas estas campanhas de denúncia de degradação e desgaste ambientais são concebidas na base das metáforas conceituais generalizadas de AÇÃO HUMANA É DESTRUIÇÃO AMBIENTAL, inspirada nos atos de destruição dos ecossistemas, como por exemplo, o desmatamento, que induz o aquecimento do globo terrestre e, como tal, uma série de catástrofes naturais como inundações repentinas e outras.

De forma recorrente, as imagens de equilíbrio ambiental do passado, veiculadas por

fotografias e postais de cenários de ecossistemas naturais pujantes, com vida humana e animal, são confrontadas com imagens do desequilíbrio ambiental extremo, em que a vida humana e a vida animal já sofreram metamorfoses físicas decorrentes da escassez ou excesso de água.

Frequentemente, contudo, apenas no modo textual, apela-se, de uma forma muito direta, a uma ação urgente de preservação da água enquanto recurso natural indispensável à vida, na base da metáfora conceitual AÇÃO HUMANA É SALVAÇÃO AMBIENTAL. Portanto, o modo de imagem veicula imagens muito impactantes, ao passo que o modo textual urge claramente à ação, para que as imagens impactantes de destruição ambiental, metamorfose dos seres vivos não se venham a concretizar num futuro que se antevê próximo.

REFERÊNCIAS

ALCANTUD, J. A. G; CUELLO, A. M. (orgs.). **El Agua. Mitos, Ritos y Realidades Granada Diputación Provincial de Granada, Centro de Investigaciones Etnológicas Angel Ganivet; Barcelona: Anthropos, Editorial del Hombre, 1995**

ALMEIDA, M. C. “Going Political: multimodal metaphor framings on a cover of the sports newspaper A Bola “In: SCRIPTA, Belo Horizonte, v. 20, n. 40, p. 84-98, 2º sem. 2016.

ALMEIDA, M. C. et al. **Jogar Futebol com as Palavras. Imagens metafóricas no jornal “A Bola”**, Lisboa: Colibri, 2013.

ALTAMIRANO, Gilmar. LOPES FILHO, Eliseu. **Agua, esperança e futuro**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

AMARAL, L. **Química**. São Paulo: Edições Loyola, 1995.

BARBOSA, V. **10 países no mundo sob risco extremo de falta d'água**. 2016. Disponível em <<https://exame.abril.com.br/economia/10-paises-em-risco-extremo-de-secar/>> Acesso em 29 de jun de 2018.

BARROS, D. L. P. de. Teoria semiótica do texto. São Paulo: Ática, 2005.

BARSALOU, L., **Perceptual Symbol Systems**, Behavioural and Brain Sciences 22:577-609, 1999.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 2001

BOS, R. **Manual sobre os direitos humanos à água potável e saneamento para profissionais**. Reino Unido, IWA Publishing, 2017.

BRAVO. A. A. S. **Proteção e gestão das águas na União Europeia: A aposta pela sustentabilidade**. UNISAL. Centro Universitário Salesiano de São Paulo. Cadernos Jurídicos. 2010.

BRUNI, J. C. **A água e a vida**. **Tempo Social; Rev. Sociol.** USP, S. Paulo, 5(1-2): 53-65, 1993 (editado em nov. 1994).

CARVALHO, P. **Como Nova York resolveu sua crise hídrica com menos obras**. 2016. Disponível em <<https://epocanegocios.globo.com/Mundo/noticia/2016/01/como-nova-york-resolveu-sua-crise-hidrica-com-menos-obras.html>> Acesso em 30 de jun de 2018.

CHILTON, P., *Security Metaphors: Cold War Discourse from Containment to Common House*, New York: Peter Lang, 1996.

ERSAR. **Entidade Reguladora dos Serviços de Águas e Resíduos**. 2015. Disponível em <http://www.smeas-maia.pt/uploads/qualidade/NI_QualidadeAgua2014.pdf> Acesso em 28 de jun de 2018.

EUROPA UE. **Ambiente**. 2014. Disponível em < https://europa.eu/european-union/topics/environment_pt> Acesso em 20 de jun de 2018.

FORCEVILLE, C, **Creativity in pictorial and multimodal advertising metaphors** In: Jones, R (ed.), *Discourse and Creativity*. London: Longman, 113-132, 2012.

FAIRCLOUGH, N. **Discourse and Social Change**. Cambridge: Polity Press, 1992.

FORCEVILLE, C. **Pictorial metaphor in advertising**. London: Routledge, 1996.

FORCEVILLE, C. Metaphor in pictures and multimodal representations. In: GIBBS, R. (Ed.). **The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought**. Oxford: University Press, 462-482, 2008.

FORCEVILLE, C. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. In: FORCEVILLE, C.; URIOS-APARISI, E. (Eds.). **Multimodal Metaphor**. New York: Mouton de Gruyter, 19-42, 2009.

HALLIDAY, M. A. K., **An Introduction to Functional Grammar**. London: Routledge, 1984.

HELLER, L. & PADUA, V. **Abastecimento de água para consumo humano**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

JENKINS, H.. **Convergence Culture: where old and new media collide**. New York: New York University Press.

JEOVANI, M. **Projeto de Lei N. 321/2015**. 2015. Disponível em <<http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/scpro1519.nsf/abd34b2abf66f28583257dd50062b89d/4b044f7e9fb2320383257e26005ca8b2?OpenDocument>> Acesso em 20 de mar de 2018.

JOHNSON, M. **The Meaning of the Body. Aesthetics of Human Understanding**. Chicago: Chicago University Press. 2007.

KÖVECSES, Z. **Metaphor: a practical introduction**. Oxford: Oxford University Press. 2002.

KÖVECSES, Z. **Metaphor in Culture. Universality and Variation**. Cambridge: Cambridge University Press. 2005.

KRESS, G. **Multimodal teaching and learning: the rhetorics of the science classroom**. London: Continuum, 2001. p. 42-59

KRESS, G. **Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication**. London: Routledge, 2010.

KRESS, G. & VAN LEEUWEN, T. **Reading images: the grammar of visual design**. London: Routledge, 1996.

LAKOFF, G. & JOHNSON, M. **Metaphors we live by**. Chicago: Chicago University Press, [1980]2003.

LAKOFF, G. & JOHNSON, M. **Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and its Challenge do Western Thought**, New York: Basic Books, 1999.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. **Metáforas da vida cotidiana**. (Coordenação da tradução: Mara Sophia Zanotto). Campinas, São Paulo: Mercado de Letras; São Paulo: Edpuc, 2002.

MARTINHO, S. **Não chove. E Portugal está a sofrer uma seca extrema**. 2017. Disponível em <<https://shifter.pt/2017/11/falta-de-agua-portugal-seca-extrema/>> Acesso em 30 de jun de 2018.

MARTINS, L. **Preservação de mananciais e reservatórios de água são tema de mesa redonda em Alesp**. 2018. Disponível em <<https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=389823>> Acesso em 26 de jan de 2018.

NASCIMENTO, E. **Economia, meio ambiente e comunicação**. Economia, meio ambiente e comunicação. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

NIETZSCHE, F. **Crítica moderna 2**. In: SOUZA, José Cavalcanti de (org.). Os

ONLINE EDITORA. **Mundo em foco extra. A água o ouro do terceiro milênio**. São Paulo: Online editora, 2016.

PENA, R. **Países com escassez de água**. 2016. Disponível em <<https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/paises-com-escassez-agua.htm>> Acesso em 29 de jun de 2018.

PITOMBO, L. R. **Interações e transformações**. Química: São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

PORTAL TRATAMENTO DE ÁGUA. **Dessalinização de água do mar para resort na Costa Rica**. 2017. Disponível em <<https://www.tratamentodeagua.com.br/dessalinizacao-de-agua-do-mar-para-resort-na-costa-rica/>> Acesso em 30 de jun de 2018.

pré-socráticos. Col. Os Pensadores, 1ª ed., São Paulo: Abril Cultural, 1973. p.16-18.

SARDINHA, T. B. **Metáfora**. São Paulo: Parábola, 2007.

SEMINO, E. **Metaphor in Discourse**. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

SILVA, A.S. **Introdução. Comunicação Política e Económica – cognição e discurso**. In: Silva, A. S. et al (ed.). Comunicação Política e Económica. Dimensões cognitivas e discursivas. Braga: Aletheia, 2013, 1-22.

SPERANDIO, N. E. **O Modelo Cognitivo Idealizado no Processamento Metafórico**. São João Del-Rei: UFSJ, 2010. 100p. Dissertação – Programa de Mestrado em Letras, Universidade Federal de São João Del-Rei, São João Del-Rei, 2010.

SPERANDIO, N. E. **O verbal e o imagético na construção das metáforas multimodais**. Revista Caderno de Letras da UFF, v. 44, p. 295-306, 2012.

TRIBUNA PR. **Curitiba tem lei de conservação e uso racional da água.** 2006. Disponível em <<https://www.tribunapr.com.br/noticias/curitiba-tem-lei-de-conservacao-e-uso-racional-da-agua/>> Acesso em 24 de jun de 2018.

TRIGUEIRO, A. **Mundo sustentável.** Abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2005.

URIOS-APARISI, E. **Stormy Weather. An Intercultural Approach to Water Metaphor in Cinema.** In:Fahlenbrach, K (ed.). Embodied Metaphors in Film, Television and Video Games. Cognitive Approaches, 67-81 London: Routledge, 2016.

VERDÉLIO, A. **Brasil carece de legislação para reuso de água, diz coordenador da ANA.** 2017. Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-03/brasil-carece-de-legislacao-para-reuso-de-agua-diz-coordenador-da-ana>> Acesso em 28 de jun de 2018.

WARNER, M. **Publics and Counterpublics (abbreviated version).** Quarterly Journal of Speech 88, no. 4, 2002.

WHORF, B. L. **Language, Thought and Reality.** Cambridge, Massachusetts: The M.I.T. Press, 1956.

WILLIAMS, R. **The Long Revolution.** Harmondsworth: Penguin Books, 1961.

WWF. WWF no mundo. 2018. Disponível em <https://www.wwf.org.br/wwf_brasil/wwf_mundo/> **Acesso em 3 de jul de 2018.**