

## Veja e a máscara da indignação

Carlos Jáuregui<sup>1</sup>

Elton Antunes<sup>2</sup>

### Resumo

Neste trabalho, foi analisada a construção discursiva da indignação na edição de 26 de outubro de 2011 de *Veja*, revista semanal de informação geral de maior tiragem no Brasil. Propôs-se, para isso, uma abordagem do *pathos* discursivo a partir da interlocução entre os estudos da análise do discurso, da retórica e da semiótica. Com base nesse quadro teórico-metodológico, estruturas narrativas e valores morais que fundamentariam efeitos *patêmicos* no discurso da publicação foram relacionados ao fazer argumentativo que permeia a relação entre a revista e seu público de leitores.

*Palavras-chave:* Discurso jornalístico. Indignação. *Pathos*. Cobertura política. Revista *Veja*.

### Abstract

In this paper, it was analyzed the discursive construction of indignation in the 26<sup>th</sup> October number of *Veja*, the information magazine with the greater circulation in Brazil. To achieve that goal, it was proposed an approach of discursive *pathos* based on the dialogue between discourse analysis, rhetoric and semiotics. Considering that theoretical and methodological framework, narrative structures and moral values that base *pathemic* effects on the publication discourse were associated with the argumentative dimension in the relationship between the magazine and its public.

*Keywords:* Journalistic discourse. Indignation. *Pathos*. Political coverage. Brazilian newsmagazines.

### Introdução

O imaginário da instituição jornalística como cão de guarda da sociedade tem se mostrado uma produtiva chave para compreender a relação entre mídias informativas e público. Por essa perspectiva, chama-nos especial atenção a retórica da indignação que se constrói no jornalismo, num movimento de reprovação e revolta frente à ação de políticos corruptos, incompetentes ou excludentes e contra a ação de grupos ou indivíduos tidos como ameaças ao bem-estar social.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais, com bolsa de estudos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Mestre em Linguística do Texto e Discurso e bacharel em Comunicação Social pela mesma instituição. E-mail: carlosfjp@gmail.com

<sup>2</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Bolsista da CAPES – Proc. n. 3779/11-4. É integrante do GRIS - Grupo de Estudos e Pesquisas Imagem e Sociabilidade. E-mail:eantunes@ufmg.br

Partindo dessa inquietação, propomo-nos a analisar uma edição da revista *Veja*<sup>3</sup> onde esse sentimento é proposto de forma explícita e assumida. No dia 26 de outubro de 2011, a publicação trouxe em sua capa a manchete “Dez motivos para se indignar com a corrupção”, ao lado da conhecida máscara de Guy Fawkes popularizada pelo filme *V de Vingança*. Logo abaixo da manchete podia-se ler a frase “Com os 85 bilhões de reais surrupitados pelos corruptos brasileiros no último ano seria possível” seguida de 10 alternativas para dar um destino mais justo a esse dinheiro.

Ainda que nossa trajetória de pesquisa venha reafirmando frequentemente a importância da dimensão do *pathos*<sup>4</sup> nas relações entre mídia jornalística e público, os diferentes veículos não costumam revelar de forma tão clara seu objetivo de inserir o leitor num determinado estado de alma. E, por essa razão, acreditamos que a leitura atenta dessa edição da revista pode ser bastante frutífera para compreender os processos de *patemização* da indignação no discurso jornalístico. Sendo assim, neste trabalho, além de buscar entender esse processo de *patemização* em *Veja*, também nos propomos a conhecer as consequências de uma menção tão direta a esse sentimento.

## O cão de guarda e a retórica da indignação

Em suas análises comparativas entre o jornalismo de referência (aquele que se proporia a abordar temas como política, economia e sociedade) e o jornalismo popular (a princípio mais vinculado ao entretenimento e à violência), o analista do discurso Wander Emediato identifica a problemática dos afetos como uma dimensão fundamental para compreender as duas modalidades de informação. De acordo com ele, a indignação seria mais característica dessa primeira modalidade, que, a partir de um acordo tácito com seu público, sugeriria a vivência do sentimento a partir da denúncia de mazelas sociais e casos de corrupção: “O leitor é convocado a interpretar seguindo uma direção problematológica que sugere a produção de inferências avaliativas negativas, inclusive com investimento emocional” (EMEDIATO, 2008, p. 79).

<sup>3</sup> Com uma média de 1.221.174 exemplares semanais, *Veja* é a revista semanal com maior tiragem no Brasil, segundo dados do IVC de 2012 publicados no site da Editora Abril.

<sup>4</sup> Não diferenciaremos, neste trabalho, as noções de afeto, emoção, paixão e sentimento. Por agora, usaremos esses termos indistintamente, lançando mão do termo grego *pathos* e seus derivados para nos referirmos à afetividade de forma mais abrangente. O termo *patemização* diz respeito ao engendramento de efeitos de sentido de natureza afetiva por meio da linguagem.

De fato, a cobertura de alguns meios demonstra a pretensão de ser considerada “mais séria” do que a de outros. Contudo, um olhar histórico para a imprensa ocidental, desde o seu período de formação, mostra a indignação como um elemento constitutivo nas relações que se constroem entre meios e público – consequência natural da função que jornais e jornalistas tomaram para si como vigilantes ou cães de guarda (*watchdog*) da sociedade:

*A jusante da Revolução Francesa e do novo enquadramento filosófico político, o papel do jornalismo adquiriu, no contexto da democracia, um atributo de “poder que controla o poder”. Do mesmo passo, outros factores viriam a contribuir para aquilo que quase se convencionou chamar de triunfo da informação, que, decorrendo da omnipresença dos jornalistas na vida pública, cultural e política, os reveste da heroicidade atribuída por Wolton. A capacidade de influenciar a opinião pública e a própria imagem de cão de guarda muito abonaram a favor deste mito a que o jornalismo praticamente se consagrou. (OLIVEIRA, 2007, p. 12)*

A visão do jornalismo como instância “que controla o poder” integra um imaginário social que deixa marcas tanto no próprio discurso jornalístico quanto na literatura especializada sobre a mídia informativa (desde trabalhos de cunho normativo, como os manuais de redação, até esforços de natureza crítica e teórica). Por essa perspectiva, teria surgido a compreensão da imprensa como uma espécie de *quarto poder*<sup>5</sup>. Um poder que teria a árdua “tarefa de dar visibilidade à coisa pública” que “não será autenticamente pública se não for objeto de visibilidade, transparência e controle” (SILVA, 2002, p. 48).

De acordo com a pesquisadora Sheila S. Coronel, tal esforço para visibilizar a vida pública cobriria uma grande variedade de tipos de jornalismo. Desde uma imprensa que se propõe a monitorar a rotina dos governos, “... ajudando os cidadãos a avaliar a eficácia de seu desempenho” até uma “imprensa investigativa, onde jornalistas investem tempo e esforço para descobrir e expor o que se faz de errado” (CORONEL, 2009 p. 2-3 – tradução nossa)<sup>6</sup>.

A “área vigiada” por esse cão vigilante e defensor dos valores morais diria respeito ao terreno de atuação de pessoas e instituições públicas. Nesse meio, destacam-se as celebridades, grandes empresários e, sobretudo, a classe política. Este

<sup>5</sup> A imprensa é vista hoje como um quarto poder político em relação ao Executivo, Legislativo e Judiciário. Tudo leva a crer, entretanto, que quando a expressão foi cunhada, no final do século XVIII, a imprensa representaria um quarto poder em relação à Câmara dos Lordes, à Câmara dos Comuns e à Igreja, que centralizariam as decisões políticas no contexto britânico da época (OLIVEIRA, 2007).

<sup>6</sup> Watchdog reporting covers a wide range of different types of journalism. On a routine basis, the watchdog press monitors the day-to-day workings of government, thereby helping citizens assess the efficacy of its performance (...) Investigative reporting, where journalists invest time and effort to ferret out and expose wrongdoing...

último grupo seria o alvo da fiscalização de *Veja* na capa da edição que inspirou a produção desta análise:



Figura 1: VEJA. 26 de out. 2011, p. 1.

Em pesquisa sobre a memória social construída nos 40 anos de *Veja*, Renné França (2011, p. 209) conclui que a revista compreende a política “como algo que não se faz às claras, cercada por manobras misteriosas (nas sombras)”, propondo-se a “revelar a verdade” por trás dessa escuridão. Tal análise, coerente com o papel de vigia que a publicação reivindicaria, encontra convergência com a leitura que fazemos da capa em questão.

E se a indignação é o efeito *patêmico* inerente ao exercício cidadão de denunciar (por parte das mídias) e buscar a denúncia (por parte do leitor), chama atenção a maneira como a revista constrói, de forma quase didática, uma retórica na qual a resposta mais adequada para a ação do *watchdog* é a indignação. E não se trata apenas de um jogo em que os papéis são teatralmente ensaiados (caberia a *Veja* denunciar e ao público projetado se indignar), uma vez que são apresentadas

justificativas para “convencer” o leitor a se indignar: dez motivos que transformariam tal sentimento numa conclusão inevitável para qualquer ser dotado de razão e de preocupação pela situação política do país.

A partir dessa constatação inicial e de formulações advindas dos estudos do discurso, propomo-nos a analisar a retórica da indignação nessa edição específica da revista, tomando como recorte empírico a capa e suas páginas correspondentes.

### ***Pathos* e discurso**

O primeiro ponto de tensionamento entre nossa proposta de análise e parte significativa das abordagens do jornalismo como um aliado do cidadão está na compreensão de que as denúncias praticadas pelos jornais não devem ser analisadas apenas sob o ponto de vista da racionalidade. Acreditamos que a construção discursiva dessa indignação dita “cidadã” trata-se necessariamente de um processo de natureza afetiva. E nosso entendimento da afetividade parte de uma concepção que considera o *pathos* como um componente intrínseco às interações humanas – pressuposto já desenvolvido em trabalhos anteriores (JÁUREGUI, 2010) e que encontra respaldo numa literatura que perpassa campos como o da comunicação (QUÉRE, 1991; TÉTU, 2004), da filosofia (ARISTÓTELES, 2007; DESCARTES, 1999; SARTRE, 2007; SPINOZA, 2009; PARRET, 1997) e dos estudos do discurso (CHARAUDEAU, 2010; EMEDIATO, 2008; GREIMAS, 1991; FONTANILLE & ZILBERBERG, 2001; LANDOWSKI, 2004; PLANTIN, 2010).

No interior desse amplo panorama, pode-se destacar a *Retórica* de Aristóteles como uma obra pioneira em relacionar a afetividade aos problemas da linguagem. O *pathos* – ou a “inserção da audiência em determinado estado psicológico” – foi apontado pelo filósofo como uma das três provas retóricas, ao lado do *ethos* – relacionado ao caráter e à credibilidade do orador – e do *logos* – relacionado às comprovações dadas nos termos do próprio discurso – (ARISTÓTELES, 2007, p. 23).

Em abordagens contemporâneas, o *pathos* também surge como uma dimensão fundamental dos discursos. Assumindo a herança da retórica num enfoque que privilegia o papel da afetividade na argumentação, Patrick Charaudeau (2010) vê o *pathos* como uma valiosa estratégia para imbuir o discurso midiático de autenticidade. Também por uma perspectiva argumentativa, vale destacar a aproximação que

Cristian Plantin (2010) faz entre retórica, linguística e o estudo das emoções, propondo que ao fundar um “dever crer” o fazer argumentativo também funda um “dever experienciar”.

Sem ignorar a dimensão argumentativa dos discursos, porém com um diferente foco de análise, pode-se mencionar o importante papel que a semiótica francesa confere às paixões no estudo das narrativas (GREIMAS, 1983; GREIMAS et FONTANILLE, 1991). Vinculado a essa tradição, Herman Parret (1986; 1997) chega a relevantes desenvolvimentos ao inserir tal compreensão da afetividade num cenário filosófico mais amplo sobre a problemática. Sua proposta do *pathos razoável* tem nos munido com ferramentas para o estudo dos afetos, evitando o improdutivo dualismo entre *razão e emoção*.

Neste trabalho, entretanto, não temos o objetivo de contrapor diferentes visões sobre a afetividade nas interações e na linguagem. Partindo desse breve (e incompleto) panorama, pretendemos destacar algumas proposições que poderão nos auxiliar a compreender a construção discursiva da indignação em *Veja*.

O primeiro balizamento que fazemos diz respeito à distinção que Greimas (1983) faz entre o tom passional de um discurso e o *pathos* construído pelas estruturas profundas do texto (sua dimensão propriamente lógica e narrativa).

Dessa forma, num primeiro momento desta análise, observam-se marcadores explícitos que conferem um tom mais ou menos emotivo ao *corpus*. Considerando esses elementos como estratégias discursivas no estabelecimento de vínculos com o público (PLANTIN, 2010), serão identificados: enunciados em que um sujeito assume explicitamente um sentimento; uso de verbos psicológicos (indignar-se, entristecer-se...) e de adjetivos com carga subjetiva mais acentuada (horrível, triste, absurdo); e recursos visuais (cromatismo, uso de imagens mais ou menos impactantes etc.). A esta primeira etapa da análise chamaremos “o discurso indignado”.

Num segundo momento, trata-se de compreender como as estruturas narrativas e lógicas do discurso constroem o *pathos* de indignação no texto analisado. Tomando como referência Charaudeau (2010) e Greimas (1983; 1991) poderemos observar o engendramento desse *pathos* a partir da oposição entre o sujeito que vive a indignação (o indignado) e o actante que a causaria (o indignante ou indigno), além dos processos de identificação entre enunciatário ideal e esse sujeito. Considerando a proposta de Parret (1997), também buscaremos identificar as *razões das paixões* em

Veja, ou seja, os fundamentos e os valores morais que servem como base para o engendramento de um efeito *patêmico*. Essa segunda etapa de análise será chamada de “a indignação no discurso”.

Um terceiro momento da análise será dedicado ao “discurso sobre a indignação”. A partir das observações de Susan Bickford (2011) sobre o papel das emoções no julgamento político, consideramos que o ato de tecer comentários a respeito de uma determinada emoção pode consistir, em determinadas circunstâncias, numa estratégica argumentativa tão relevante e eficaz quanto a própria expressão de um afeto.

## O discurso indignado

Na medida em que temos contato com diferentes textos, somos capazes de perceber que alguns deles se mostram mais “carregados de emoção” do que outros, a princípio, mais sóbrios. Também percebemos que determinados sujeitos, em certas situações, produzem discursos mais emotivos, ao invés de primar por uma fala descomprometida afetivamente. Se observarmos esses procedimentos pela ótica da retórica, é possível reconhecer neles uma tradicional técnica argumentativa que visa a exploração do *pathos*. Trata-se da estratégia de encenar a emoção, de mostrar-se emocionado:

*Inicialmente, o orador deve se colocar no estado emocional que ele deseja transmitir. Deve produzir em si mesmo os phantasias que sustentarão sua emoção (op. cit.:§ 257.3). Ou seja, o orador deve se colocar em estado de empatia com seu público: deve sentir/simular para estimular (...). Advêm daí as figuras de exclamação, as interjeições, as interrogações que autenticam a emoção do sujeito falante. Trata-se de um momento essencial da construção do ethos. (PLANTIN, 2010, p. 65-66)*

Por essa perspectiva, um determinado sujeito – ou orador, nos termos retóricos – expressaria um estado afetivo contando com a identificação de seu interlocutor – ou auditório. Tal procedimento encontra-se presente na capa analisada de *Veja*, que, apesar de não dizer “estou indignada”, veste-se com a “máscara dos indignados” (ver figura 1).

Ora, se consideramos a capa como o rosto de uma publicação, fica claro o jogo visual no qual a revista parece colocar em si a máscara que nos últimos anos tem simbolizado a indignação em diversos protestos espalhados pelo mundo e pela internet:

*Como interpretar a aparição dessas máscaras nas manifestações? (...) Pesquisando os usos que se fazem delas. Sabemos que os jovens se apropriaram da máscara que simboliza a personagem de uma novela gráfica: "V de Vendetta" (Vingança). Os quadrinhos foram escritos nos anos 1980 por Alan Moore e ilustrados por David Lloyd, e posteriormente vertidos para o cinema. A máscara representa Guy Fawkes, um conspirador católico inglês que planeou derrubar o Parlamento com explosivos. Foi preso em 5 de novembro de 1605 e posteriormente executado. A máscara apropriada pelos Anônimos conecta simbolicamente os que a usam, como referente de identificação. De traços aparentemente inexpressivos, sob a máscara circulam trocas emocionais e afetivas, constitutivas de uma comunidade, de um "nós" cuja bandeira é a máscara, um investimento emocional de conexão. (PAIS, 2012)*

Ao vestir essa máscara – pintada com o verde e amarelo do Brasil –, o enunciador *Veja* reivindica sua inserção nessa comunidade de indignados, sendo que o próprio “V” do logotipo da publicação parece sustentar e “assinar” a imagem. Supostos membros desse grupo de indignados estariam representados pela fotografia a seguir, publicada nas páginas interiores da revista com a legenda: ‘NOVOS VINGADORES: Manifestantes com máscaras do V de Vingança em Brasília: por aqui, os protestos são contra os políticos corruptos’ (VEJA, 26 de outubro de 2011, p. 80):



Figura 2: VEJA. 26 de out. 2011, p. 80.

No plano verbal, a estratégia retórica de “mostrar-se indignado” surge com o uso de subjetivemas de descrição – palavras ou expressões que denotam uma tomada de posição explícita do locutor em relação a uma problemática (KERBRAT-ORECCHIONI, 1980), mesmo sem a presença de elementos dêiticos (eu, meu, aqui, agora...).

Alguns exemplos de subjetivemas podem ser encontrados já na capa da revista:

- Com os 85 bilhões de reais **surrupiadados** pelos corruptos brasileiros no último ano seria possível (VEJA, 26 de outubro de 2011, p. 1 – grifo nosso)

- Orlando Silva: Gravações mostram assessores do ministro ajudando o “**bandido**” a fraudar o ministério (VEJA, 26 de outubro de 2011, p. 1 – grifo nosso)

Ao usar o termo “surrupiadados” ao invés de “desviados” ou mesmo “roubados”, nota-se o investimento emocional do enunciador. Da mesma forma, podemos notar que o termo “bandido” consiste num julgamento feito pela própria revista, uma vez que, àquela época, o então ministro Orlando Silva ainda não tinha sido julgado (e absolvido) pelo poder judiciário brasileiro. Outras palavras e expressões dessa natureza surgem ao longo da reportagem: “pirâmide da roubalheira” (p. 76); “rei do cambalacho” (p. 84), por exemplo. Chama atenção também o uso da figura do “rato” para representar os “corruptos” nos infográficos que explicam os esquemas de desvio de dinheiro público:



Figura 3: VEJA, 26 de out. 2011, p. 76.

Por meio de tais estratégias, *Veja* se mostra indignada e, confiando na fidelidade de seu leitor, espera que este compartilhe de tal sentimento.

## A indignação no discurso

Para além daquela indignação explicitada nos elementos mais superficiais do texto é possível refletir sobre a construção desse *pathos* em estruturas discursivas mais profundas. Para isso, é preciso, antes de tudo, buscar uma delimitação mais clara sobre o que entendemos por indignação. Uma primeira pista nesse sentido pode ser encontrada na *Retórica*:

*A indignação é o sentimento que mais se opõe à compaixão (...) Esses sentimentos estão associados ao bom caráter moral. Assim, somos obrigados a sentir simpatia e compaixão por sofrimentos desmerecidos, assim como sentimos indignação por prosperidade desmerecida, pois o que é desmerecido é injusto, e esse é o motivo de atribuirmos indignação até mesmo aos deuses. (ARISTÓTELES, 2007, p. 104)*

Em oposição à compaixão dirigida a alguém que passa por um sofrimento desmerecido, a indignação é direcionada a pessoas que obtêm algo que não lhes é apropriado. Para Aristóteles esse *pathos* estaria ligado à avaliação sobre aquilo que é digno ou não.

Por uma trilha semelhante, caminhou séculos depois o filósofo racionalista René Descartes. Para ele, a indignação se forma a partir de uma combinação das paixões primitivas da tristeza e do ódio, guardando proximidade com a inveja, além de relação com a ideia de dignidade e merecimento:

*A indignação é uma modalidade natural de ódio ou de aversão que se sente por aqueles que praticam algum mal, de qualquer natureza que seja; e muitas vezes está misturado com a inveja ou com a compaixão; porém seu objeto é completamente diferente, já que ficamos indignados somente contra os que fazem o bem ou o mal às pessoas que não o merecem, mas temos inveja dos que recebem esse bem, e sentimos compaixão pelos que recebem esse mal. É verdade que, de alguma forma, possuir um bem de que não se é merecedor significa praticar o mal; o que talvez tenha sido a causa pela qual Aristóteles e seus seguidores, presumindo que a inveja é sempre um vício, deram o nome de indignação àquela que não é viciosa. (DESCARTES, 1999, p. 221-222)*

Também pertencente ao racionalismo moderno, Bento de Spinoza reconheceu o ódio e a tristeza como fundamentos afetivos da indignação, uma vez que “a indignação é o ódio por alguém que fez mal a um outro” e o “ódio é uma tristeza acompanhada da ideia de uma causa exterior” (SPINOZA, 2009, p. 145).

Embora seja possível construir infinitamente um panorama filosófico da indignação, acreditamos que os fundamentos deixados por esses autores estejam, em

grande medida, presentes até hoje no pensamento ocidental. Com todas as variações que o termo possa ter em função de língua, cultura e época, parece haver uma permanência da noção de indignação como um sentimento moral, relacionado com a ideia de injustiça e do mal feito a alguém. É o que observamos na formulação construída no campo da psicologia moral, por Yves de la Taille (2006, p. 123): “... trata-se de um forte sentimento negativo, muito próximo da cólera, desencadeado por um juízo negativo feito por quem a experimenta, sendo que tal juízo é de ordem moral...”. E, no contexto dos estudos sobre as emoções no discurso, Patrick Charaudeau (2010) considera a indignação como uma espécie de antipatia dirigida a um sujeito (um malfeitor) que faz mal a alguém (uma vítima).

Partindo da definição de Charaudeau (2010), herdeira de uma abordagem narrativa, podemos observar que a construção da indignação no discurso de *Veja* se dá a partir do confronto entre o actante *malfeitor* ou *oponente*, ocupado pela figura do político corrupto, e o da *vítima*, representado pelos “homens de bem”, pelas supostas “pessoas honestas” (p. 79). A partir desse conflito inicial, *Veja* surge, então, como um *aliado* que se propõe a lutar ao lado desse povo, um *benfeitor* que, ao informar o cidadão sobre a corrupção política, contribui para que este possa executar sua vingança ou mesmo um *retribuidor*, que ao julgar os corruptos como “ratos” e revelar seus esquemas ilegais aplicaria uma forma de sanção<sup>7</sup>.

A ideia “vingança”, aliás, se faz presente ao longo de toda a reportagem, seja no discurso verbal (com duas menções explícitas); seja na própria máscara do filme *V de Vingança*, que aparece na revista mais de 10 vezes. Se considerarmos que, em seu estudo semiótico sobre a paixão da cólera, Greimas (1983) aponta o *programa narrativo de vingança* como uma tendência de ação natural para o sujeito colérico, é possível observar que, no discurso de *Veja*, indignação e cólera chegam a se confundir.

Dessa forma, o discurso supostamente cidadão de *Veja* sofre certa influência de outro tipo de formação ideológica. Ao invés de se falar em “justiça”, fala-se em “vingança”. Mesmo sem a pretensão de fazer uma discussão filosófica sobre essas duas noções, chama atenção a escolha feita por esse segundo termo, que a princípio se mostra contraditório com a própria ideia do Estado de Direito.

Em outro nível de análise, o engendramento da *indignação* em *Veja* dá a ver um sistema de valores que a revista compartilharia com sua figura de leitor. Se

<sup>7</sup> Os papéis actanciais do agressor (malfeitor), oponente, vítima, aliado, benfeitor e retribuidor baseiam-se na classificação proposta por Patrick Charaudeau (2008), partindo da terminologia criada por Vladimir Propp em seu estudo sobre as personagens do conto maravilhoso e da gramática actancial desenvolvida nos trabalhos de Algirdas J. Greimas.

partirmos da proposta de Herman Parret para o estudo da afetividade, tais axiologias seriam consideradas como as razões do *pathos*:

*A posição que defendemos aqui é, antes, que o próprio juízo é passional, que o próprio raciocínio é afetivo. Essa argumentação leva à conclusão de que o juízo e o raciocínio realizam-se a partir de conceitos-valores, de uma justificação. Os conceitos-valores são constituídos pelas disposições da paixão e por suas avaliações.*

*Essa prioridade da valoração, que recobre tanto a razão quanto a paixão, é o ponto de partida do esforço pelo qual buscamos compreender que o pathos é razoável... (PARRET, 1997, p. 123)*

As páginas de *Veja* propõem tal sentimento como uma reação à corrupção política, que desrespeita determinados valores – alguns deles apontados já na capa da revista. Por exemplo: entre os 10 motivos para se indignar com a corrupção, a revista lista elementos como o custeio de sessões de quimioterapia, o investimento em transporte público e a erradicação da miséria. Com isso, dá-se a entender uma valoração positiva da ideia do *bem comum* em oposição ao *enriquecimento individual* (e ilícito).

Embora tal argumento aparentemente em prol de um Estado do bem-estar social se repita ao longo do texto, percebe-se a presença de outras importantes *razões* para a indignação. Uma delas encontra-se investida na figura do “nosso dinheiro” (p. 79), uma vez que, com a corrupção, gera-se “prejuízo ao cidadão, que paga seus impostos e recebe um serviço inadequado” (p. 80).

A importância de “nosso dinheiro” surge, por exemplo, quando *Veja* aponta a “hipertrofia do estado (sic)” (p. 80) como uma das principais causas da corrupção. Para sustentar tal argumento a revista menciona o alto número de pessoas em cargos de confiança e informa que “há no Brasil 120 milhões de pessoas vivendo exclusivamente de vencimentos recebidos da União, estados e município” (p. 80). Sendo assim, a oposição inicial entre *bem comum* e *enriquecimento ilícito de um indivíduo* se aproxima do confronto entre: *nosso dinheiro bem aplicado por nós mesmos* (em nosso benefício) *vs. nosso dinheiro mal aplicado pelo Estado* (em benefício de corruptos).

A compreensão do “nosso dinheiro” como objeto investido de grande valor no discurso de *Veja* nos remete novamente à dimensão narrativa, uma vez que o dêitico “nosso” se liga ao actante vítima concretizado na figura das “pessoas honestas”, dos “homens de bem” e, em última instância, da figura de leitor construída por *Veja*, a quem ela interpela quando se propõe a apresentar “10 motivos para se indignar com a corrupção” (p. 1). Ora, se *Veja* supõe que seu público é capaz

de indignar-se com a corrupção, apoia-se no pressuposto de que este se incluirá no grupo dos homens de bem. E, por essa perspectiva, retomamos a concepção aristotélica da indignação, que relaciona esse *pathos* a uma avaliação do que é ou não digno: “... em geral, se pensamos que somos dignos de algo e outros não, então estamos dispostos a nos indignar contra aqueles outros no que se refira àquela coisa” (ARISTÓTELES, 2007, p. 106).

Constrói-se uma avaliação de que os atuais representantes dos cidadãos não são dignos de ocupar tais cargos e, principalmente, de administrar o “nosso dinheiro”. Chega-se então à oposição entre *vício* e *virtude*, fundamental para a argumentação construída pela revista, que clama pela “vingança” dos *dignos* contra os *indignos*.

## O discurso sobre a indignação

Embora a construção discursiva das paixões possa ser apreendida em diferentes textos pela análise narrativa ou pelo estudo das *razões* do *pathos*, uma característica singular desta edição de *Veja* está no fato de ela se propor a apresentar explicitamente tais razões, trazendo na capa uma lista de motivos para se indignar.

Tal atitude discursiva nos remete à análise que Susan Bickford desenvolve a respeito das emoções no processo deliberativo e no juízo político, a partir da noção de *emotion talk*:

*Por “emotion talk”, outra vez, eu entendo tanto a maneira como falamos sobre as emoções quanto a fala que é emocionalmente expressiva ou que usa apelos emocionais. Embora frequentemente o discurso sobre as emoções possa pretender-se desapassionado (...), ele próprio costuma ser emocionalmente expressivo (...) Crenças comuns sobre as emoções não são totalmente separadas de experiências subjetivas da emoção, é claro; frequentemente tais crenças refletem a experiência subjetiva, e é por isso que elas têm poder persuasivo... (BICKFORD, 2011, p. 1029 – tradução nossa)<sup>8</sup>*

Ao abordar a problemática das emoções, a pesquisadora apresenta duas diferentes formas em que elas costumam ser compreendidas no campo da política. A primeira oporia *emoção* e *razão* e a segunda oporia *emoção* e *indiferença*. De um lado, haveria uma corrente que consideraria a emotividade como uma ameaça ao raciocínio

<sup>8</sup> By “emotion talk,” again, I mean both the way we talk about emotions, as well as talk that is emotionally expressive or that uses emotional appeals. Although often talk about emotion may be intentionally dispassionate (...), it is often the case that talk about emotion is itself emotionally expressive. (...) Common beliefs about emotions are not wholly separate from subjective experiences of emotion, of course; often such beliefs reflect one’s subjective experience, and this is why they have persuasive power...

lógico; de outro lado, haveria esforços para apontar o que leva um indivíduo a se emocionar em suas experiências. Numa discussão de natureza ética, haveria inclusive a tentativa de diferenciar as situações em que se é legítimo ou não sentir uma emoção, compreendendo quando o *pathos* se constrói a partir dos motivos adequados.

Ao convocar o seu leitor a se indignar, *Veja* se aproxima desta última postura. Apresenta motivos que não poderiam deixar um “homem de bem” numa postura de indiferença frente à situação política do país. E, ao longo de toda sua argumentação, a reportagem de capa busca provar de diversas maneiras que se indignar é a atitude mais razoável a se tomar. *Veja* demonstra seu afeto pelo *bem comum* e, sobretudo, pelo *nosso dinheiro* e pela *atitude virtuosa*, deixando subentendido que aquele que não se afetar quando esses valores são ameaçados poderá não se enquadrar no grupo das pessoas honestas.

Outro ponto que merece atenção no “discurso sobre o *pathos*” é a distinção que *Veja* faz logo no início do texto entre as razões da indignação das diferentes manifestações que tomaram as praças do mundo em 2011 e as razões de sua indignação (e a suposta indignação dos brasileiros): “[...] No Brasil, onde a situação econômica ainda não guarda semelhança com a turbulência dos países ricos, a mesma máscara [do filme *V de Vingança*] passou a decorar as manifestações contra a corrupção” (p. 79).

Ora, sabe-se muito bem que parte significativa dos protestos naquele ano teve um teor notadamente anticapitalista. Não é por acaso que uma das manifestações de maior repercussão se deu em Wall Street, considerada como o símbolo do capitalismo financeiro, como podemos ver no texto retirado do próprio site do movimento:

*Occupy Wall Street é um movimento popular iniciado em 17 de setembro de 2011 na Liberty Square, no Distrito Financeiro de Manhattan, tendo se propagado para mais de 100 cidades nos Estados Unidos e com ações em mais de 1500 cidades do mundo. #ows [tag que identifica o movimento na internet] luta contra o corrosivo poder dos grandes bancos e das corporações multinacionais sobre o processo democrático e contra a responsabilidade de Wall Street ao criar um colapso econômico que causou a maior recessão dos últimos tempos. O movimento é inspirado pelo levante popular no Egito e Tunísia, e tem o objetivo de lutar contra o 1% de pessoas mais ricas que está escrevendo as regras de uma economia global injusta que está condenando o nosso futuro. (OCCUPYWALLSTREET, 2012 – tradução nossa)<sup>9</sup>*

<sup>9</sup> Occupy Wall Street is a people-powered movement that began on September 17, 2011 in Liberty Square in Manhattan’s Financial District, and has spread to over 100 cities in the United States and actions in over 1,500

*Veja* faz distinção entre suas motivações e as de movimentos dessa natureza e, por isso, deixa claro que não espera uma mudança radical no sistema econômico e nas estruturas sociais de nosso país. Ao invés de sugerir como solução mudanças nesse sistema, ela sugere ajustes que poderiam deixá-lo eficiente, nos moldes do pensamento neoliberal. A defesa de uma redução da máquina estatal é um exemplo, assim como o fato da revista ter ignorado uma possível responsabilidade do setor privado no fenômeno da corrupção no papel de corruptor mostra a vinculação de seu discurso com essa visão da política e da economia.

Sendo assim, *Veja* deixa claro que *sua indignação* se dirige àqueles indivíduos imorais (desvirtuados) que comprometeriam todo um sistema que poderia estar funcionando com perfeição. Nesse cenário, o seu leitor projetado – cidadão de bem – não passaria de uma vítima.

## Apontamentos finais

A relação da indignação com a ideia de dignidade pode tornar-se uma poderosa estratégia argumentativa. Dizer-se indignado é diferente de dizer-se colérico, irado ou rancoroso. Nestes sentimentos não estaria necessariamente pressuposta a ofensa à dignidade de um determinado indivíduo e tampouco a implicação daquele que se diz indignado com um “outro” que sofre injustiça. Parret (1997) exemplifica isso quando diz que um homem incomodado com a atitude de sua companheira pode preferir dizer que está “indignado” a assumir que sente “ciúmes”.

No caso do texto analisado neste trabalho, haveria uma tentativa de comprovar ao leitor que sua dignidade estaria sendo ofendida pelos atuais governantes do país. Desenha-se, então, um quadro onde uma série de valores é desrespeitada e sugere-se um alvo para indignação, buscando-se uma vinculação moral da revista com seu público. Tal desenho, no entanto, não se mostra tão claro e coerente.

Na capa da revista, por exemplo, lança-se mão de algumas figuras de forte apelo afetivo: o custeio de “17 milhões de sessões de quimioterapia”, a construção de

---

cities globally. #ows is fighting back against the corrosive power of major banks and multinational corporations over the democratic process, and the role of Wall Street in creating an economic collapse that has caused the greatest recession in generations. The movement is inspired by popular uprisings in Egypt and Tunisia, and aims to fight back against the richest 1% of people that are writing the rules of an unfair global economy that is foreclosing on our future.

“1,5 milhão de casas”, a “erradicação da pobreza”. No entanto, tais motivações para se indignar com o desvio do dinheiro público podem entrar em divergência com a preferência que *Veja* parece ter pelo modelo do Estado Mínimo – que deveria influenciar o mínimo possível na sociedade, deixando que o cidadão busque sua própria realização financeira para gastar seu dinheiro da forma que bem entender, sem “pagar seus impostos e receber um serviço inadequado”. Nesse sentido, a lista apresentada na capa acabaria escondendo estas razões que, com uma leitura mais atenta, mostram-se mais relevantes para compreender os sentimentos propostos pela publicação.

Sendo assim, as soluções apontadas por *Veja* tendem ora para uma visão da corrupção como resultado do desvio de conduta de alguns indivíduos imorais; ora para a formulação de “soluções” que teriam um impacto direto apenas no orçamento dos contribuintes, sem a garantia de uma mudança na dinâmica social. Ao deixar clara a distância entre sua indignação e a indignação de quem ocupou Wall Street, *Veja* defende que o atual sistema liberal precisa ser aperfeiçoado, mas não questiona se ele será capaz de fazer com que os motivos para a indignação apontados na capa deixem de existir.

Outra questão igualmente instigante que surge desta análise reside no grande esforço argumentativo empreendido para fazer do ato de se indignar a conduta mais razoável a ser tomada pelo leitor. De alguma forma, o próprio exercício da cidadania e da fiscalização do *watchdog* se confundiria com a construção de um discurso de indignação, como se estes encontrassem sua motivação em tal *pathos*. A paixão se tornaria, portanto, uma razão?

## Referências

- ARISTÓTELES. *Retórica*. São Paulo: Rideel, 2007.
- BICKFORD, Susan. Emotion Talk and Political Judgment. *The Journal of Politics*, 73:4 (October 2011), pp. 1025-1037.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MACHADO, Ida; MENDES, Emília. *As emoções no discurso*. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2010, vol. 2.
- CORONEL, S. S. ‘Corruption and the Watchdog Role of the News Media’. In: NORRIS, P. (ed.): *Public Sentinel: News Media and Governance Reform*. Washington DC: World Bank, 2009. Disponível em: <

<http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/ Acrobat/WorldBankReport/Chapter%205%20Cornel.pdf> >

DESCARTES, René. As Paixões da Alma. In: *Descartes* (Coleção Os Pensadores). São Paulo, SP: Editora Nova Cultural, 1999. pp. 101-245.

EMEDIATO, Wander. Os lugares sociais do discurso e o problema da influência, da regulação e do poder nas práticas sociais. In: Lara, Gláucia et al. (org.). *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, v. 1. pp. 71-92.

FRANÇA, Renné. *40 Anos em Revista: representações e memória social nas capas de Veja*. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

FONTANILLE, Jacques; ZILBERGERG, Claude. *Tensão e significação*. Tradução de Ivã Carlos Lopes, Luiz Tatit e Waldir Bevidas. São Paulo: Discurso Editorial: Humanitas/FFLCH/USP, 2001.

GREIMAS, Algirdas J. *Du sens II: essais sémiotiques*. Paris: Éditions du seuil, 1983.

\_\_\_\_\_, Algirdas J. & FONTANILLE, Jacques. *Sémiotique des passions: des états de choses aux états d'âme*. Paris: Éditions du seuil, 1991.

JÁUREGUI, Carlos. *Jogos de paixão: uma abordagem discursiva das emoções nos títulos do jornalismo esportivo mineiro*. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) - Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*. Paris: Colin, 1980.

LA TAILLE, Yves de. *Moral e ética: dimensões intelectuais e afetivas*. Porto Alegre: Artmed, 2006.

LANDOWSKI, Eric. *Passions sans nom*. Paris: Presses Universitaires de France, 2004.

OLIVEIRA, Maria Madalena da Costa. *Metajornalismo... ou quando o jornalismo é sujeito do próprio discurso*. Braga: Universidade do Minho, 2007. Tese de doutoramento. Orientação: Moisés Adão de Lemos Martins.

PARRET, Herman. *A estética da comunicação: além da pragmática*. Campinas, SP: Editora Unicamp, 1997.

\_\_\_\_\_, Herman. *Les passions: essai sur la mise en discours de la subjectivité*. Bruxelas: Pierre Margaga, 1986.

OCCUPY WALL STREET. Disponível em: <http://occupywallst.org/about/>. Acesso em: 27 de agosto de 2012.

PAIS, José Machado. A esperança em gerações de futuro sombrio. *Estudos Avançados*. vol.26 n.º.75. *Sociologia e Esperança*. São Paulo, May/Aug. 2012. Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142012000200018&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142012000200018&script=sci_arttext&tlng=pt) >. Acesso em: 23 de agosto de 2012, às 23h.

PLANTIN, Christian. As razões das emoções. In: MACHADO, Ida; MENDES, Emília. *As emoções no discurso*. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2010, vol. 2. p. 57-80.

PUBLIABRIL. Circulação geral. Disponível em: < <http://publicidade.abril.com.br/tabelas-gerais/revistas/circulacao-geral> >. Acesso em: 08/09/2012

QUÉRÉ, Louis. D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique. In: *Réseaux*, n.º46-47. Paris, CNET: 1991. p. 69-90

SARTRE, Jean Paul. *Esboço de uma teoria das emoções*. Porto Alegre: L&PM, 2007.

SILVA, Luiz Martins. Imprensa e cidadania: possibilidades e contradições. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (org.). *Imprensa e poder*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

TÉTU, Jean-François. L'émotion dans le médias: dispositifs, formes et figures. *Mots: les langages du politique*, 2004, n° 75, p.9-19.

SPINOZA, Benedictus de. *Ética*. Belo Horizonte, MG: Autêntica Editora, 2009.