

A FACE DO BRASIL MOSTRADA NAS CITAÇÕES DA REVISTA VEJA

Sonia Aparecida Lopes Benites¹

RESUMO: Este artigo focaliza as citações da seção “O Brasil em frases”, da edição comemorativa dos 40 anos da revista **VEJA**. Ancorando-se em reflexões de Maingueneau sobre esse assunto (1976, 1984, 1989, 2004, 2006, 2008), a análise mobiliza conceitos como *destacabilidade*, *sobresasseveração*, *aforização*, *captação* e *subversão*, em articulação com a *cenografia* adotada na seção, concluindo que a seleção de frases promove a fixação de certos sentidos de Brasil e de brasileiro e a exclusão de outros.

PALAVRAS-CHAVE: discurso relatado, citação, texto-fórmula, aforismo, revista VEJA.

THE FACE OF BRAZIL SHOWN IN THE QUOTATIONS SELECTED BY VEJA MAGAZINE

ABSTRACT: This paper focuses on the section of quotations published by VEJA magazine, in the commemorative edition of its forty years. Based on the approach given by Maingueneau on quotations (1976, 1984, 1989, 2004, 2006 and 2008), this analysis applies concepts such as detachment, aphorism, capture and subversion combined with the “scenery” used in the section, concluding that the selection of phrases promotes the setting of some senses for Brazil and Brazilians and it excludes some others.

KEYWORDS: reported discourse, quotation, formula text, aphorism, VEJA magazine.

Considerações iniciais

Tendo como escopo a análise das citações da seção “O Brasil em frases”, da edição comemorativa dos 40 anos da revista **VEJA**, o presente trabalho baseia-se nos estudos de Maingueneau sobre o discurso relatado. Os pressupostos

¹ Professora Associada da Universidade Estadual de Maringá (UEM), pesquisadora colaboradora do IEL/Unicamp, bolsista de pós-doutorado da CAPES. E-mail: salbenites@gmail.com.

teóricos que norteiam a análise serão resgatados e articulados com a cenografia da seção, pois esta, ao mesmo tempo em que legitima os discursos selecionados, é por eles legitimada.

A opção pela análise de uma revista semanal deve-se à importância que esse tipo de veículo assumiu, na história recente do país, tanto na circulação quanto na investigação e resolução de diversas questões políticas. Esse papel já é prenunciado pelo título imperativo de **VEJA**, que põe em destaque sua vocação reveladora e fiscalizadora, em contraste, por exemplo, com a revista **ISTO É**, sua concorrente, cujo título pressupõe uma vocação explicativa.

A opção pela cenografia constituída pela colagem de declarações dessa edição de aniversário justifica-se pelo caráter de síntese histórica sugerido pela seção, que cria a expectativa de um resgate dos acontecimentos marcantes para o período 1968-2008. Além do acontecimento histórico-discursivo em que se constitui, pode-se inferir, entre os critérios que levam um enunciado a destacar-se como um dos mais significativos do período, sua forma inusitada e a (i)legitimidade de seu enunciador.

Igualmente relevantes são os comentários sobre tais declarações, que muitas vezes extrapolam a contextualização, acrescentando sentidos ao enunciado e direcionando a leitura. Até que ponto essas operações ocorrem na seção em pauta e quais suas conseqüências nos efeitos de sentidos de Brasil e de brasileiro é o que se pretende verificar com a análise.

1. Pressupostos teóricos

Inicialmente, parece oportuno evocar o conceito de cenografia ou, conforme Maingueneau (2006-a), a cena que se constrói como elemento essencial de legitimação dos discursos. A cenografia não se resume a um cenário, mas, ao se desenvolver, constitui progressivamente o seu próprio dispositivo de fala, sendo validada progressivamente por intermédio da própria enunciação.

Ao percorrer alguns aspectos dos estudos realizados por esse autor sobre a citação e suas interfaces, ao longo das

últimas três décadas, constata-se que ele caracteriza a citação como processo que consiste em “retirar um material já significativo de dentro de um discurso para fazê-lo funcionar dentro de um novo sistema significativo” (MAINGUENEAU, 1976, p.125). Classifica-a também em citação-prova, citação-réplica, citação-epígrafe e citação-cultura, lembrando a possibilidade de ocorrência de uma interseção funcional entre esses vários tipos.

Ressaltando a ambigüidade existente no distanciamento entre o locutor que cita e o locutor citado, Maingueneau (1989) afirma que este último aparece, ao mesmo tempo, como o “não eu” em relação ao qual o locutor se delimita e como a autoridade que protege a asserção. Isso permite ao locutor citante dizer que sua fala é verdadeira porque não lhe pertence propriamente, ou, ao contrário, permite-lhe autorizar sua própria fala, pela evocação da autoridade de outrem.

O autor distingue o discurso direto e o discurso indireto envolvidos no processo de citação, com base na encenação que constitui o discurso direto, o que produz efeitos de distanciamento e de autenticidade (embora não necessite apresentar uma equivalência exata com a fala que é relatada); já o discurso indireto é apresentado como uma interpretação voltada para o *conteúdo do pensamento*, e não para o relato de palavras *exatas* (1989, pp.140-141;149). Alguns dos verbos delocutivos ou verbos dicendi, estreitamente ligados ao processo de citação são caracterizados (MAINGUENEAU, 1989), conforme incidam sobre o valor de verdade da asserção (revelar, declarar), indiquem posição hierárquica entre as personagens envolvidas (ordenar, pedir) ou posição cronológica entre diversos momentos da fala (concluir, repetir).

Ao tratar especificamente do provérbio, uma das manifestações da citação-cultura, o autor introduz a noção de “*detournement*”, procedimento que consiste na captação ou na subversão do discurso de um enunciador de prestígio. (MAINGUENEAU e GRESILLON, 1984). De acordo com o texto, o *detournement* é uma máscara, por meio da qual o locutor se investe do poder de outro ou o arruína; porém, em lugar de esconder, essa máscara revela melhor uma verdade mal conhecida. Pode revelar, por exemplo, que um

slogan tem a autoridade de um provérbio, ou, inversamente, que o provérbio não é mais que o paradigma de um uso da linguagem ligado a uma ordem falaciosa do mundo.

Maingueneau (2004) também retoma a diferença entre apenas mencionar e, mais que isso, usar o discurso alheio, presente na distinção feita por Authier-Revuz (1998) entre *autonímia* e *modalização autonímica*. A *modalização autonímica*, além de se manifestar em uma *grande variedade de categorias e construções* comentadoras da fala daquele que cita, pode fazê-lo por meio de marcas tipográficas, como as aspas, o itálico, as reticências, os parênteses e o travessão duplo. O autor aponta casos em que: tais modalizações indicam uma distância entre coenunciadores; o enunciador alude a um outro discurso dentro de seu próprio; o enunciador indica que as palavras empregadas não correspondem exatamente à realidade que deveriam designar; o enunciador aponta para o fato de que o sentido das palavras é ambíguo.

Posteriormente, em artigo publicado no livro “Cenas da Enunciação” (2006-a), o autor aborda um processo que não se restringe à citação, embora possa envolvê-la. Trata-se da *destacabilidade* de certas enunciações, que apresentam autonomia, devido a algumas características formais (“são curtas, bem estruturadas, de modo a impressionar, a serem facilmente memorizáveis e reutilizáveis”; são, além disso, “pronunciadas com o etos enfático conveniente” e generalizações “que enunciam um sentido completo”. 2006-a, pp.74-77). As máximas, os provérbios e os slogans são enunciados naturalmente destacados. Outros são destacáveis, isto é, passíveis de serem destacados de um discurso, graças a características como: a posição em que se encontram (final de um capítulo ou de uma obra, por exemplo); o sentido de definição ou generalização que lhe pode ser atribuído; a marca de uma operação meta-discursiva (algo como “em resumo...”, “para concluir...”); a forma sintética e inusitada.

Aprofundando a questão dos enunciados destacados que circulam na sociedade, na conferência proferida no Congresso Internacional da Abralín, em 2008, Maingueneau afirma que um fragmento de texto pode ser submetido a um *destacamento forte*, em que o leitor não tem acesso ao

texto-fonte, e um *destacamento fraco*, em que o enunciado destacado é extraído de um texto apresentado ao leitor. O *destacamento fraco* corresponde, em geral, a um título, um subtítulo, uma legenda de foto, e é o mais freqüente na imprensa escrita. Contudo, nesta ocorre também o *destacamento forte*, caso das citações dissociadas de seu texto fonte, apresentadas sob rótulos como “frases da semana”.

Tais citações costumam ser seguidas de comentários que, a pretexto de contextualização, muitas vezes, explicitam a ligação entre a frase e o acontecimento enunciado, e não a situação de comunicação na qual a frase foi dita. Coloca-se em relevo, dessa forma, determinado trecho da fala ou a generalização de parte ou de todo o enunciado destacado, fazendo com que ele acabe por não corresponder ao texto efetivamente enunciado. Trata-se, nesse caso, do fenômeno da sobreasseveração, que, pelo *destacamento* em uma frase única e generalizante, altera o sentido de um enunciado constituído, muitas vezes, por um movimento argumentativo complexo, articulado em diversas frases e modalizado pelo locutor.

Ainda no texto de 2008, Maingueneau utiliza o termo *aforização* para designar “o regime enunciativo específico dos ‘enunciados destacados’” (p.159), focalizando suas propriedades enunciativas, pragmáticas e antropolingüísticas, que implicam descontextualização. Conforme o autor, existe uma “tensão entre a aforização e o texto que a acolhe”, uma vez que, ao contrário da enunciação textual, que inscreve cada enunciado no horizonte global de um gênero de discurso, a enunciação aforizante não se deixa enquadrar em um gênero. Isso não significa que ela seja proferida fora de qualquer gênero, sendo absoluta em si, mas, simplesmente, que ela tem a pretensão ilocucionária de ser uma palavra absoluta.

As enunciações aforizantes são classificadas em *sentenciosas* e *pessoais*. As primeiras referem-se a provérbios, ditados, adágios e slogans, enunciações generalizantes, naturalmente autônomas e basicamente polifônicas, cujo responsável, um “hiperenunciador”, encontra-se em uma instância anônima. Já as enunciações aforizantes “pessoais” são atribuídas a indivíduos, indexados por nomes próprios, e não são necessariamente generalizantes. Dessa forma, a

enunciação aforizante institui uma cena de fala em que a instância responsável pela enunciação está em um plano distante do enunciador que a evoca. Isso se aplica não só à aforização sentenciosa, naturalmente voltada à repetição, mas também à pessoal, que exhibe claramente seu estatuto de citação, ao convocar as palavras ditas em uma outra cena por locutores autorizados.

No presente trabalho, a organização da seção “O Brasil em frases” sob forma de uma relação de citações, na edição comemorativa do quadragésimo aniversário da revista VEJA, é encarada como uma cenografia, que é legitimada pelos discursos que cita, ao mesmo tempo em que legitima o discurso construído por tais declarações. A análise das frases destacadas na seção pretende focalizar especificamente o que Maingueneau denomina *destacamentos fortes*, aqueles em que não é possível ao coenunciador recuperar a fonte de onde foram extraídos. Além das citações, feitas em discurso direto, serão considerados na análise os comentários que as seguem, objetivando identificar sobreasseverações, isto é, ênfases ou generalizações enunciativas.

As frases que compõem a seção compreendem slogans, adágios, a fala de uma autoridade norte-americana (ex-embaixador americano no Brasil), e, em maior número, declarações atribuídas a brasileiros bem-sucedidos em diversas áreas: políticos, artistas, empresários, economistas, esportistas, escritores e modelos. Trata-se, portanto, de dois conjuntos de discursos relatados que possuem a peculiaridade de remeter à fala do outro, sem que o sujeito se apresente como responsável por elas: aqueles provenientes de enunciador conhecido (pessoais) e os atribuídos a um enunciador genérico (sentenciosos), que, por isso mesmo, remetem à voz comum emanada do conjunto de integrantes de um grupo cultural.

De maneira geral, os dados analisados compreendem tanto enunciações aforizantes sentenciosas quanto pessoais. Para os objetivos deste artigo, a enunciação aforizante sentenciosa será considerada equivalente à “citação-cultura”, e a enunciação aforizante pessoal, à “citação-prova” (MAINGUENEAU, 1976) ou “citação de autoridade” (BENITES, 2002). Ambas servem para autorizar um discurso,

mas, enquanto umas o fazem pela importância individual do autor evocado, outras ressaltam a importância do coletivo, representado pela sabedoria popular.

Também se verificará se as enunciações aforizantes sentenciosas constantes nos dados são alvos de desvios, seja em direção à captação ou à subversão e se, nos casos analisados, as referidas citações são apenas mencionadas ou mencionadas e usadas. Antes da análise, ou melhor, como parte dela, se procederá à apreensão das condições de produção da seção “O Brasil em frases”.

2. Condições de produção da seção

A premissa de que o suporte material é parte constitutiva do discurso (MAINGUENEAU, 2005) leva à compreensão de que os efeitos de sentido dos dados são determinados também por todo o conjunto de matérias relacionado às frases que compõem a seção e ao momento histórico compreendido entre 1968 e 2008. Daí o interesse deste trabalho em focalizar, além das circunstâncias da enunciação, os contextos histórico-sociais e ideológicos que fazem parte da situação discursiva.

2.1. Apresentação da revista

As revistas semanais de maior penetração no público brasileiro são aquelas que põem em circulação questões políticas. Assuntos como o fim da ditadura militar, a estabilização da economia e a consolidação da democracia no país tiveram a participação crucial desses semanários, igualmente responsáveis pelo anúncio, a apuração e o desfecho de um significativo número de escândalos políticos.

É nesse campo discursivo que se insere a revista **VEJA**, na qual se encontra a seção que se pretende analisar. A edição comemorativa dos 40 anos da revista apresenta na capa, em letras douradas sobre fundo branco, a inscrição **VEJA 40 ANOS**, com o ícone de um olho em substituição à letra **O**, o que insinua sentidos de fiscalização e denúncia também presentes no título do periódico: por meio do verbo ver, no imperativo, a revista demonstra ver e mostrar, revelar ou denunciar os fatos ao leitor.

Em 290 páginas de papel de ótima qualidade, a edição apresenta matérias jornalísticas e publicitárias bem cuidadas, cuja composição conserva características das edições semanais, com adaptações que pretendem imprimir-lhe um cunho de documento histórico. Dessa forma, além do editorial são destacados trechos de entrevistas publicadas nas últimas quatro décadas (“as melhores”), o melhor do humor de Millôr Fernandes e Frases sintetizadoras do Brasil. A seção “Imagens da Semana”, transformada em “Imagens de 40 anos”, apresenta, ao longo de 57 páginas, fotos acompanhadas de pequenos comentários sobre os diversos setores da vida nacional e internacional.

A revista exhibe uma divisão cronológica, com dois pólos, voltados para o primeiro e o quadragésimo ano da revista, entremeados por um outro bloco denominado “Transição”. Os pólos de 1968 e de 2008 têm como temas um panorama do Brasil e do mundo, cultura, comportamento, gente e política internacional. A seção “Gente” é subdividida, no bloco referente a 1968, focalizando pessoas que foram destaque nacional e internacional, e enfatizando o aspecto cultural (Brasil-Gente, Internacional-Gente e Cultura-Gente).

A “economia em 40 anos” recebe um tratamento privilegiado, sendo abordada especificamente no bloco “Transição”, que é desmembrado em “Os anos do milagre”, “Os anos da hiperinflação” e “Os anos da estabilização”. Ainda no mesmo bloco, a revista apresenta um ensaio do economista americano Jeffrey Sachs, considerado “uma das maiores autoridades mundiais em desenvolvimento sustentável”. Sob o título “A importância de manter o rumo”, o ensaio assinala a necessidade de o país manter e implementar políticas sociais, além de incentivar uma economia de mercado globalmente competitiva.

Em seguida, há um bloco de variedades, intitulado “Almanaque”, que traça um paralelo entre o Brasil de ontem e o de hoje, no que diz respeito a aspectos como Índice de Desenvolvimento Humano (calculado a partir de dados sobre educação, longevidade e renda), acesso ao ensino superior, telecomunicações, transporte, energia elétrica, estrutura familiar, religião e trabalho feminino. Ainda fazem parte do Almanaque: uma pesquisa sobre o perfil dos leitores de

VEJA; curiosidades (como a apresentação do mais antigo assinante e de um outro, nascido no dia do lançamento da revista, além da personagem de uma notícia da primeira edição); a relação das dez capas mais vendidas e a rotina da produção e distribuição do semanário. Por fim, são apresentadas todas as capas, ano a ano, acompanhadas de uma síntese dos fatos que marcaram cada período.

Conforme pesquisa realizada pela editora da revista, constante do “Almanaque” (p. 260), seu público é constituído basicamente por leitores pertencentes às classes A e B (73%), ou seja, por potenciais compradores de produtos e serviços, com curso de graduação completo (68%, dos quais 24% são pós-graduados) e jovens (55% têm entre 20 e 49 anos). O fato de 30% assinarem a revista há mais de cinco anos pode ser interpretado como um indicio de que boa parte do público leitor está de acordo com a formação ideológica da revista.

2.2. A revista e sua auto-imagem

A auto-imagem da revista pode ser depreendida em vários momentos: no vídeo publicitário exibido em seu site (<http://VEJA.abril.com.br>), na “Carta do editor” e em comentários constantes do tópico “Almanaque”. O vídeo da campanha institucional, fiel ao papel insinuado pelo título da revista, baseia-se na apresentação de imagens de problemas nacionais, como miséria, corrupção, drogas, violência e destruição da natureza, ao lado de outras, que retratam as possíveis soluções para tais problemas, quais sejam: educação, saúde, esporte, alimentação, igualdade de direitos, punição aos corruptos e preocupação ecológica.

Sem ser verbalizado, o etos da revista, de órgão voltado à denúncia e defesa dos direitos dos cidadãos, é “mostrado”, pela forma de construção textual: imagens que falam por si mesmas dialogam com o título (**VEJA**), de maneira que o único comentário verbal restringe-se às frases “sim” e “não”, bradadas por vozes infantis, que se revezam, conforme a cena apresentada. Tais vozes justificam-se no discurso sobre as crianças “indefesas”, “futuro do país”, e principais prejudicadas pelas injustiças sociais.

Ao final, ciente da situação e colocando-se como responsável por ajudá-la, um adulto, possível coenunciador do semanário, enuncia o slogan: “**VEJA**, indispensável para o país que queremos ser”. Evidentemente, é impossível a qualquer leitor/navegador deixar de se incluir nesse “nós” a que se refere a forma verbal: isso significaria discordar de valores fundamentais, cuja defesa constitui, em princípio, a razão de ser da revista. Daí o caráter de imprescindibilidade de sua leitura, sintetizado no slogan, que afirma a importância das denúncias, informações e opiniões da revista na construção de um país livre e socialmente justo.

Essa idéia é reforçada na “Carta do Editor”, em que o presidente da editora Abril, Roberto Civita, afirma o compromisso do periódico, ao longo desses quarenta anos, em “apresentar semanalmente não apenas um grande leque de informações confiáveis, mas também o contexto e a análise que permitem colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor” (p. 14). No mesmo texto, o editor atribui o sucesso da revista, “a maior, a mais influente e a mais prestigiada” do país, ao fato de ela ser “independente, isenta, inteligente e responsável”.

Por fim, o “Almanaque” destaca que “**VEJA** se tornou a terceira revista semanal de informação mais lida no mundo, com circulação maior do que a soma das concorrentes” (sem mencionar quantas e quais). Atribui, ainda, sua “independência e credibilidade”, “pilares” sobre os quais se assenta, ao fato de, durante esses quarenta anos, ter aumentado em 300% o número de páginas destinado à publicidade de empresas privadas, e diminuído, em 33%, os anúncios estatais. Sintetizando, a revista, distribuída em 76 países, se vê como uma potência no ramo da informação mundial, influente, independente, confiável e engajada na solução dos problemas nacionais.

2.3. Outro olhar sobre a revista

A imagem que a revista tem de si própria não é acatada unanimemente. Um veemente crítico da revista **VEJA**, o jornalista Luís Nassif, utilizando a rede mundial de computadores como suporte preferencial (<http://luis.nassif.googlepages.com/home>), atribui ao semanário o papel de

divulgadora do “estilo neocon” ou neo-conservador, uma adaptação da linha da imprensa americana que defende princípios liberal-conservadores.

No “blog” lançado no início de 2008, o jornalista acrescenta que a revista privilegia notícias que têm como escopo o benefício particular (o *jabá*, no jargão jornalístico), em detrimento da informação real e de qualidade. Dessa forma, acusa **VEJA** de “distorcer notícias”, “falsear a verdade” e “propiciar tratamento discriminatório”. Tais acusações, acompanhadas de detalhada descrição de diversos fatos, levam-no a considerar o veículo “antiético”, “espécie de balcão de negócios particulares”. Esse procedimento, quando efetivamente se realiza, fere a liberdade de informação e de crítica sem censura e o direito do cidadão de ser bem informado, conforme Lima (2009). Para a autora, “quando o jabá é estampado numa página de revista, erra quem assessora o cliente, quem veicula a ‘notícia’ e quem lê e não reprime este tipo de atitude”.

Sem a intenção de afirmar que tal procedimento seja característico da revista, dois aspectos da auto-imagem de **VEJA** chamam a atenção: o primeiro refere-se à disparidade entre os percentuais de inserções comerciais de natureza pública e privada. Esse dado, se, por um lado, implica independência em relação ao Estado e pouco compromisso em divulgar e apoiar causas governamentais, por outro lado, pode levantar a possibilidade de um comprometimento, em alguma medida, com a iniciativa privada, ou ser sintoma de um desentendimento com o governo.

Outro dado refere-se à fala do editor de **VEJA**, a respeito da “isenção” da revista. Ora, tal isenção, além de se chocar com a função comentadora e a interpretação dos fatos inerentes ao trabalho jornalístico, entra em atrito com a presença humana, a participação, o engajamento em algumas causas, características que a revista se auto-atribui, e que se evidenciam, entre outros lugares, na seleção dos trechos a citar, aspecto que será aqui abordado. Dessa forma, a afirmação do editor de que a revista procura “colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor” pode ser interpretada como “colocar os fatos sob sua perspectiva e entendê-los de acordo com certa ideologia”.

2.4. O momento histórico abrangido pelas “frases”

O título da seção, *O Brasil em frases*, evoca um sentido de síntese do percurso do país, nos últimos quatro decênios. Assim, o esperado é que os relatos de fala selecionados mencionem fatos marcantes do período que vai do fim dos anos sessenta ao fim de dois mil e oito, momento relevante para a história recente do Brasil. Como afirma Roberto Civita, na “Carta aos leitores”, os últimos 40 anos foram anos “agitados, controvertidos, mas certamente estimulantes”. Para ele, “os brasileiros finalmente começam a desfrutar da maturidade econômica, política e social conquistada” (p. 14).

De fato, uma pequena comparação entre o estado de coisas reinante no primeiro ano da revista e o ano de 2008 demonstra visíveis conquistas nos indicadores econômicos, democráticos, políticos e sociais. Hoje, o Brasil possui um estado de direito consolidado e goza de respeitabilidade internacional. A expectativa de vida subiu de 53 para 74 anos; os índices de analfabetismo, embora ainda sejam elevados (11%, mais os analfabetos funcionais), estão distantes dos 33% de 1968. Os governantes, em todos os níveis são eleitos por voto direto e universal. Se as leis apresentam frouxidão, a liberdade de imprensa possibilita que muitas das falcatruas venham a público e expõe os responsáveis por elas ao julgamento popular.

Dessa maneira, em princípio, a síntese esperada deve contemplar, dentre outros, os seguintes aspectos: momentos importantes suscitados pela ditadura militar, tais como o “Milagre brasileiro” e “o Projeto Brasil Grande Potência”, ou aproveitados por ela, como o tri-campeonato mundial de futebol; o surgimento de Luiz Inácio Lula da Silva na cena política brasileira; o papel dos sindicalistas nas relações de trabalho e na restauração da democracia; a união de lideranças de todos os matizes em torno da defesa de eleições diretas; a visão não romantizada do ano de 1968; o papel dos estudantes universitários no período da ditadura; os políticos que fizeram história, para o bem e para o mal; os diversos períodos econômicos (“os anos do milagre”; “os anos da hiperinflação”; “os anos da estabilização”); a eleição e a morte de Tancredo Neves; a redemocratização do país; a

ascensão e a queda do Presidente Collor - o desastre de seu plano econômico, o início da abertura para uma indústria mais competitiva, seu impeachment e suspensão de direitos políticos; Fernando Henrique Cardoso, o Plano Real e o fim da inflação; a eleição e a reeleição de um ex-sindicalista, para a presidência da República; a estabilização da economia e a competitividade do Brasil no mercado global; a mudança de posição do Brasil, de devedor a credor externo; a denúncia e a apuração de atos de corrupção no seio dos três poderes, sem comprometimento da ordem democrática. É importante destacar que muitos desses fatos são abordados nos diversos blocos da edição comemorativa do quadragésimo aniversário de **VEJA**.

3. “O Brasil em frases”: discurso e cenografia

O conceito de “cena da enunciação” (MAINGUENEAU, 2006-a) apresenta relevância para a análise das declarações elencadas na seção “O Brasil em Frases” (revista **VEJA**, nº 2077). Nessa perspectiva, o quadro cênico possui três faces: a que se define a partir do tipo de discurso, ou cena englobante; a que se refere ao gênero de discurso, ou cena genérica, e a que se constrói como elemento de legitimação dos discursos, ou cenografia. A cena englobante “define o estatuto dos parceiros e um certo quadro espaço-temporal”, de forma que, ante um texto de revista, todos sabem tratar-se de um discurso jornalístico impresso, voltado a informação/opinião/ entretenimento. As cenas genéricas, por sua vez, são “rituais sócio-linguageiros”, dentro dos quais são definidos os papéis dos participantes. No caso em pauta, o artigo de revista define como sujeito um editor que seleciona diversos “autores” e enunciados, e se dirige aos coenunciadores da revista, alguns fiéis e outros esporádicos.

Nos casos em que as cenas englobante e genérica são insuficientes para definir o espaço em cujo interior o enunciado adquire sentido, o próprio discurso aí institui a cenografia, a partir da qual o texto aparenta originar-se. É o que ocorre com as declarações selecionadas por **VEJA**, que tecem um texto integral, coerente na unidade semântica estabelecida pelo diálogo entre elas. A manifestação “original” de cada um dos discursos evocados na seção deu-se por

meio de cenografias diferentes e, portanto, recebeu sentidos diversos daqueles que são construídos pela coletânea apresentada nessa edição comemorativa. O leitor da coluna recebe *ao mesmo tempo* uma amostra de discurso político-midiático (cena englobante), uma seção da revista **VEJA** (cena genérica), a enumeração de declarações relativamente célebres sobre o Brasil (cenografia).

Como lembra Maingueneau (2006-a, p.113), “a escolha da cenografia não é indiferente” e, se é verdade que o discurso impõe sua cenografia, desde o início, é também verdade que a legitimação desta se dá por meio de sua própria enunciação. Portanto, longe de ser um mero cenário em que o discurso se desenvolve, a cenografia resulta do esforço da enunciação em constituir progressivamente o seu próprio dispositivo discursivo. Ela legitima um enunciado que deve, por sua vez, legitimá-la.

Decorre daí o fato de que, embora sejam abordados nas diversas seções da revista, os acontecimentos que marcaram o período 1968-2008, acima referidos, paradoxalmente, não aparecem na seleção de declarações que supostamente sintetizariam essas quatro décadas, o que desvirtua o valor documental da revista e não dá conta da síntese proposta no título da seção.

As declarações selecionadas tematizam as mazelas do Brasil, particularmente as relacionadas à corrupção, impunidade, desonestidade, desigualdade, ignorância e incompetência. O processo de produção de sentidos da seção apresenta o brasileiro, historicamente, por um discurso que flutua entre ignorância/incompetência, por um lado, e “jeitinho”/esperteza, por outro:

“Democracia neste país é relativa, mas corrupção é absoluta”. PAULO BROSSARD, então senador da República, em 1978.

“Estamos num país onde a esperteza passou a ser chamada de competência”. O empresário ANTÔNIO ERMÍRIO DE MORAES, em 1986.

“As esquerdas brasileiras fora do poder são festivas; no poder são aquisitivas”. O economista ROBERTO CAMPOS, em 1987.

“A burrice no Brasil tem um passado glorioso e um futuro promissor”. ROBERTO CAMPOS, em 1990.

“A corrupção não é invenção brasileira, mas a impunidade é uma coisa muito nossa”. O humorista JÔ SOARES, em 1995.

“O Brasil continua sendo um estado cartorial, com poder e privilégios concentrados nas mãos de poucos e onde a democracia é exercida por semi-analfabetos”. LINCOLN GORDON, ex-embaixador americano no Brasil, em 2003.

“Todos nós somos corruptos”. MÁRIO AMATO, então presidente da Fiesp, em 1992.

Na cenografia de que o discurso *pretende* originar-se, apresentam-se indissociáveis as figuras do enunciador e de coenunciadores, além de um momento – *cronografia* - e um lugar – *topografia* (MAINGUENEAU, 2006-b, p. 252). Da mesma forma que o enunciador e os coenunciadores, o tempo e o espaço são históricos. A indissociabilidade entre esses três elementos implica a determinação: 1) dos parceiros da enunciação (brasileiros bem sucedidos e conhecedores da “realidade” brasileira); 2) a definição de um conjunto de lugares (“o Brasil em que a imprensa possui credibilidade e liberdade”, “o Brasil em que se espera que as falcatruas sejam denunciadas e punidas”); 3) a definição do momento da enunciação (“o mês em que a revista comemora quarenta anos de existência”).

Essa cenografia mobilizada por **VEJA** corresponde ao mundo configurado pelo discurso, e, numa espécie de congelamento temporal, desconsidera os diferentes momentos históricos por que passou o país, do regime ditatorial à paulatina redemocratização. Em estreita conexão com esse dado, o Brasil configura-se como um espaço homogêneo, constitutivamente marcado pelo atraso e pela impunidade.

Como a cenografia é bem explorada, o leitor recebe esse texto como uma mera enumeração de discursos relatados proferidos nos últimos quarenta anos, e não como um texto inserido no discurso que propala a ausência de seriedade e de honestidade reinantes na política brasileira e no Brasil, como um todo. Os discursos postos em circulação nessa

conjuntura histórica conferem maior credibilidade a essa formação discursiva, ancorada na respeitabilidade e na autoridade de especialistas e personalidades que alcançaram sucesso em diversas áreas.

Em um primeiro momento, as citações constitutivas da seção poderiam ser classificadas como ocorrências de *autonímia simples*, aquelas que, conforme Authier-Revuz (2004, p.12), consistem em apenas exibir esse fragmento, pela utilização de diacríticos ou de outros mecanismos que marcam a delimitação do discurso. Contudo, a seleção e a organização dos enunciados, associadas aos comentários, glosas ou retoques, por meio dos quais o locutor procura ajustar o processo de comunicação, transformam a seção em um texto integral e dão ao processo de citação um status de *conotação autonímica* por meio do qual o locutor, ao mesmo tempo em que menciona o fragmento, faz uso dele: inscreve-o na continuidade sintática do discurso e, simultaneamente, remete-o ao seu exterior.

Para comprovar que se trata efetivamente de um texto, basta evocar Charolles (1988) e suas meta-regras. A seção possui continuidade, uma vez que tem como unidade temática a ignorância, a falta de seriedade, a corrupção e a impunidade inerentes ao Brasil e aos brasileiros; possui também progressão, já que focaliza aspectos diferentes do tema, que se somam; não é contraditória e se articula sob a forma de uma enumeração de declarações aspeadas, seguidas de indicações sobre suas condições de produção e eventuais comentários.

Em estreita sintonia com a cenografia empregada, o texto, simulando apenas mencionar declarações, constrói-se nelas e por meio delas, empregando-as em lugar de apenas mencioná-las. As declarações legitimam o texto e são legitimadas por ele.

4. Destacamentos fortes e sobresseverações na seção “O Brasil em Frases”

As citações em análise, inteiramente dissociadas de seu texto fonte, compõem seções comuns na imprensa escrita contemporânea, no processo que Maingueneau denomina

destacamento forte, visível, sobretudo, quando se trata de páginas inteiras de citações, que o autor vê como uma espécie de “patchwork”. É o caso da seção em análise, que apresenta vinte e três enunciados destacados, provenientes dos mais diversos locutores, sem verbo *dicendi* ou outro introdutor. Um exemplo retirado dos dados é:

“No Brasil é assim: quando um pobre rouba, vai pra cadeia, mas quando um rico rouba, ele vira ministro”
LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA, em 1988, quando ainda não nomeava ministros. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p.92).

O enunciado explora lingüisticamente a contraposição entre a desonestidade do “pobre” e a do “rico” e suas consequências paradoxais e inusitadas, de castigo para os pertencentes ao primeiro grupo e de prêmio para os pertencentes ao segundo. Porém, a justificativa para a seleção dessa fala entre as mais significativas dos últimos quarenta anos não se deve apenas à sua riqueza formal. Em 1988, proferida por um membro do legislativo que representava os pobres, a enunciação revestia-se de legitimidade.

O comentário que segue o enunciado destacado pela revista não o relaciona, contudo, à situação de comunicação em que foi proferido, mas, a pretexto de contextualizá-lo, refere-se ironicamente à posição mais alta do poder Executivo, ocupada por Lula em 2008, que lhe permite nomear “ricos que roubam”. Trata-se de um caso de sobreasseveração presente no comentário, cujo movimento argumentativo possibilita acrescentar sentidos ao enunciado e propõe que a reflexão sobre o governo Lula se dê numa determinada direção.

Por vezes, o comentário sobreasseverador decorre de uma indicação ainda mais generalizante do “momento em que se deu a fala”:

“Meu Deus, e se democracia for isso mesmo?” MILLÔR FERNANDES, em 1992, no governo Collor. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p.94).

Como se sabe, o ano de 1992 foi marcado por denúncias contra o governo Collor, por seu paulatino abandono

por parte da imprensa e de aliados, pela “CPI do PC”, pelo processo de “impeachment”, pela renúncia do presidente e sua cassação, em 29 de dezembro de 1992. Não é possível saber, dessa forma, se a perplexidade evidenciada pela declaração se refere a qualquer um desses episódios em especial, ao desfecho final, ou é uma avaliação de toda a conjuntura. A sobreasseveração leva em conta que qualquer dessas interpretações justifica a declaração, dispensando maiores detalhes da situação de fala. O mesmo se aplica ao comentário implícito na “data” da emissão do enunciado abaixo, igualmente direcionador da leitura, com apelos que, excedendo em muito a mera informação, despertam efeitos irônicos e humorísticos:

“O Brasil é realmente muito amplo e luxuoso. O serviço é que é péssimo”. MILLÔR FERNANDES, em 1986, no governo Sarney. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p.92).

Na problemática dos enunciados destacados, no cruzamento entre a linguística da enunciação e a análise do discurso, Maingueneau (2008) inscreve a questão da “enunciação aforizante”, que recobre o conceito de citação, com nuances específicas. Derivado da noção de aforisma como “frase de funcionamento sentencioso, que resume em algumas palavras uma verdade fundamental” (Grand Larousse de la langue française, em nota citada por Maingueneau, 2008, p.159), o enunciado aforizante institui uma cena de fala cujos protagonistas não se situam em um mesmo plano, pois a instância responsável pela enunciação está distante. Isso vale tanto para a aforização *sentenciosa* (provérbios, ditados, adágios, slogans...), em que o locutor atribui a responsabilidade de seu dizer à instância anônima de um “hiperenunciador”, quanto na *pessoal*, que convoca as palavras ditas em uma outra cena por locutores autorizados, cujo nome se destaca da comunidade e é colocado na esfera das pessoas “competentes”. Trata-se, neste último caso, das enunciações extraídas de um texto particular, na lógica mais tradicional de citação, e constituídas de enunciados breves como as “fórmulas”, os “pensamentos” ou as “máximas”.

As enunciações aforizantes pessoais têm por referente um autor específico e são de fácil circulação, pois seus significantes, curtos e prenes de sentido, são facilmente memorizáveis. Um exemplo extraído da seção em análise é a fala de um senador gaúcho, que critica o que seria o comportamento paradoxal das esquerdas brasileiras em espaços opostos, dentro e fora do poder. A repetição enfática da palavra “poder” e a rima entre “festivas” e “aquisitivas” comprovam o cuidado com a forma da enunciação:

“As esquerdas brasileiras fora do poder são festivas; no poder, são aquisitivas”. PAULO BROSSARD, então senador da República, em 1978. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p.92).

Essa frase mereceria um comentário da revista que a contextualizasse melhor, uma vez que foi pronunciada no ano que marca o fim do governo Geisel e o início da gestão do general João Figueiredo. Nesse momento histórico, o autor da frase, senador Paulo Brossard, pertencia ao MDB, “oposição institucionalizada” pelo governo militar (muito distante das “esquerdas”), tendo sido candidato a vice-presidente da República pelo partido, na chapa encabeçada pelo General Euler Bentes Monteiro, em oposição a Figueiredo, candidato da ARENA que se sagrou vencedor na eleição indireta.

Outro aspecto a ser ressaltado em relação à enunciação aforizante é que, diferentemente da *textual*, que inscreve cada enunciado no horizonte global de um gênero de discurso, a enunciação aforizante tem “a pretensão pragmática” de ignorar a necessidade de ocorrer no interior de uma configuração textual. Assim, embora não tenha existência fora de um texto, e, evidentemente, de um gênero, ela se vê como uma ilocução sem contexto, absoluta.

Pode ocorrer, porém, de uma enunciação originalmente ligada a uma situação com enunciador, coenunciadores, tempo e lugar específicos, passar a funcionar nos moldes de uma enunciação aforizante sentenciosa, tendo seu caráter persuasivo garantido por sua estrutura e pelo reconhecimento popular. Essa independência em relação às condições de produção originais pode ser identificada no seguinte enunciado citado pela revista **VEJA**:

Que país é este? FRANCELINO PEREIRA, presidente da extinta Arena, em 1976, numa crítica aos que duvidavam da disposição do presidente Geisel em promover a reabertura política. A frase, curiosamente, tornou-se slogan da oposição. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p. 92).

Como se sabe, a história fez esse enunciado trabalhar, trazendo-lhe novos efeitos de sentido, e desvinculando-o de suas condições de produção originais, de maneira que ele comporta, atualmente, a independência característica dos provérbios. Dessa forma, além de decepção ou crítica, a frase pode assumir, atualmente, o efeito de surpresa ou estupefação. Transformada em uma fórmula genérica, pode se referir a qualquer país e remeter a aspectos positivos ou negativos; pode fazer referência às contradições de qualquer povo ou governo; pode ser pronunciada dentro ou fora do meio político; pode partir da voz da situação ou da oposição. Sua reedição, em 2008, embora não dê conta de toda essa ampla gama de sentidos, após evocar suas condições de produção originais, coloca-se como responsável pela constatação um tanto simplista de que “curiosamente a frase tornou-se slogan da oposição”.

A aforização, conforme concebida por Maingueneau (2008), aproxima-se consideravelmente da citação, já que se caracteriza por ser a repetição de uma fala. Isso fica evidente tanto nos enunciados sentenciosos, voltados à repetição, quanto nos pessoais, que exibem claramente seu estatuto de citação. Entre as frases que constituem a seção em análise ocorrem aforizações que remetem a condições de produção distintas, e, portanto, a discursos diversos:

Ninguém segura este país. Slogan ufanista encampado pelo regime militar e que caiu na boca do povo depois da conquista da Copa do mundo de 1970. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p. 92).

Ninguém segura este país. O presidente LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA, em 2008, usando o velho slogan da ditadura militar para comemorar a conquista do grau de investimento pelo Brasil. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p. 94).

A retrospectiva histórica feita em outras seções da revista deixa claro que os “anos do milagre” coincidiram com um desempenho “genial” da seleção brasileira de futebol. Politicamente, a esquerda considerava que ela só servia para alienar ainda mais o povo, já distante dos problemas nacionais; os generais a viam como uma “ótima forma de fazer propaganda do regime” (p. 121). Conforme o trecho de uma edição de 1968 relatado pela revista, os militares procuravam interferir nas decisões do técnico João Saldanha. O marechal Costa e Silva, em uma reunião com o técnico, comentara haver necessidade de “disciplina, treinamento e hierarquia”. Em seguida fora “ao que interessava: ‘Precisamos combinar, porque em 1970 eu ainda sou governo e quero ver se dou ao Brasil esse tricampeonato’”.

Dessa forma, no interior do interdiscurso, o referido lema assume um sentido negativo, de manipulação e negação dos preceitos democráticos, que não condiz com sua segunda ocorrência. Ao trazê-lo à baila, a revista faz uma sobreasseveração sobre sua inadequação, desconsiderando que se trata de dois discursos distintos, embora com o mesmo enunciado.

5. “Detournements” das enunciações sentenciosas: captação e subversão

Algumas das frases selecionadas pela revista são enunciações aforizantes sentenciosas ou citações-cultura. Tratando desse tipo de enunciações, Maingueneau e Gresillon (1984) ressaltam a importância do provérbio, no qual a voz do locutor se mistura a todas as vozes que proferiram o mesmo dito, antes dele. Daí ele ser compreendido como “o eco” de inúmeras enunciações anteriores, cuja proposição é validada pela “sabedoria das nações”.

Sua interpretação supõe, além de conhecimento lingüístico, conhecimento da generalização de que deriva, o que também se aplica ao adágio. Em ambos os casos, o enunciador invoca um “hiperenunciador”, uma outra instância não nomeada, mas reconhecida pelos membros da mesma comunidade de experiência. A diferença é que, enquanto no provérbio a comunidade é natural, no adágio, é profissional.

Segundo os autores, o provérbio interessa tanto àqueles que buscam dotar seus enunciados de autoridade quanto aos que, ao contrário, pretendem problematizar as verdades por ele estabelecidas. Tal percepção leva à definição de um procedimento discursivo, o “*detournement*”, que consiste na imitação lingüística da enunciação proverbial e comporta duas estratégias, captação ou subversão, conforme se deseje utilizar a autoridade proverbial em proveito próprio ou se pretenda contestá-la.

O “*detournement*” proverbial pode consistir na alteração de um provérbio ou de suas condições genéricas. Na alteração efetiva, pode-se desviar tanto sua forma sintática e prosódica quanto suas condições de emprego, que pressupõem uma verdade de “bom senso”, veiculadora da “sabedoria das nações” e endereçada a um alocutário universal. Um *detournement* será tanto mais bem sucedido quanto menor for a modificação feita no provérbio original, seja no que se refere às condições de emprego, ao significado ou ao significante.

Uma subversão proverbial bem sucedida, que exhibe nitidamente uma contradição entre as verdades proverbiais usuais e o conteúdo do provérbio derivado, é realizada por Millôr Fernandes. Após iniciar sua enunciação pela retomada da fórmula proverbial “Diz-me com quem andas e dir-te-ei quem és”, o humorista desqualifica-a, ao individualizar a asserção e retirar dela o caráter genérico típico dos provérbios, pela utilização do exemplo:

“Diz-me com quem andas e dir-te-ei quem és. Exemplo: se andas sempre com um cara muito rico, é claro que és empregado dele”. MILLÔR FERNANDES, provérbio datado de 1986. (VEJA, edição 2077, setembro de 2008, p. 88).

A ruptura com o tom formal e arcaico do provérbio original provoca estranhamento e, conseqüentemente, humor; o emprego da gíria “cara” e da expressão “é claro”, comuns na linguagem oral são outros aspectos formais que “modernizam” o provérbio, auxiliando sua subversão, e valorizando a asserção do humorista. Dessa forma, muda-se o foco da influência exercida pelas companhias na personalidade e no comportamento dos indivíduos, em prol da valorização

da asserção de Millôr, em relação à persistência da desigualdade social no país.

Já a alteração das condições genéricas consiste em fazer um pastiche do gênero proverbial, elaborar um pseudo-provérbio, captando ou subvertendo suas “condições de emprego.” Por vezes, imita-se a forma de seus enunciados curtos, estruturados em duas partes sintática e semanticamente simétricas, no tempo presente atemporal, com caráter genérico ou de definição. O etos específico que contribui para marcar a distância entre o enunciador e o locutor citado, dado como responsável pela asserção, é marcado na entonação característica de textos-fórmula e de citações. É o caso, por exemplo, do enunciado abaixo, que constitui uma captação do gênero proverbial, pois implica utilização de grupos nominais e de tempos verbais genéricos, apresenta disposição binária, ritmo, repetição da forma verbal “gosta”, enfim, revela um trabalho de estilização da linguagem, num texto em que a forma está a serviço do sentido:

“Pobre gosta de luxo, quem gosta de pobreza é intelectual”. Carnavalesco JOÃOSINHO TRINTA, 1976. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p. 92).

O enunciado foi uma resposta dada por Joãosinho Trinta, então carnavalesco da Escola de Samba Beija-flor, àqueles que criticavam o luxo com que ela se apresentava na avenida. Entendiam esses críticos que tal luxo destoava das condições de vida dos sambistas que desfilavam na escola, provenientes, em sua maioria, de classes desfavorecidas, e residentes na periferia do Rio de Janeiro. A enunciação apresenta uma estrutura formal que leva a supor uma coincidência entre um “hiperenunciador” que, atuando como “sujeito universal”, validaria a citação, e os membros da comunidade cultural em que se inseria o carnavalesco carioca. Sua experiência como membro da referida comunidade permitiu-lhe enunciar, em tom de verdade universal comparável a um provérbio, uma fala que pretendia colocar fim à polêmica. Pode-se supor que o enunciador foi bem sucedido, pois esse simulacro parece ter-se transformado em uma “verdade”, repetida por muitos.

No nível do significante, quanto maior a similitude entre o enunciado de origem e o derivado, melhor o efeito obtido. Maingueneau e Gresillon (1984) apresentam, entre os procedimentos de desvio de significante mais correntes, a junção de novos elementos ao provérbio, que pode ser observada no adágio completado por Tim Maia, citado entre as frases da revista **VEJA**. A forma original, “O Brasil é o único país onde prostituta tem orgasmo, cafetão tem ciúme e traficante é viciado”, foi assim complementada pelo cantor:

“O Brasil é o único país onde prostituta tem orgasmo, cafetão tem ciúme, traficante é viciado e *pobre é de direita*”. O cantor TIM MAIA, em 1990, complementando o adágio popular. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p. 94).

Também pode ocorrer de um dito qualquer se transformar em slogan, uma enunciação com estatuto de verdade de um grupo, cuja permanência é assegurada por objetivos definidos (MAINGUENEAU e GRESILLON, 1984). Dessa forma, os slogans reforçam a coesão de uma coletividade, opondo-a a “um exterior hostil, ameaçador ou indiferente”. Um grupo constituído por uma comunidade ligada a um aparelho e dotada de uma memória compartilhada produziu uma fórmula que se tornou slogan do regime militar e aparece entre as frases selecionadas pela revista:

“Brasil: ame-o ou deixe-o”. Inscrição que começou a circular em adesivos em São Paulo, em 1970, e logo virou slogan da ditadura. (**VEJA**, edição 2077, setembro de 2008, p. 92).

Trazendo implícito um conceito muito particular de amor à pátria, o slogan situa a si e a seu alocutário como membros de uma comunidade que partilha uma “verdade” parcial, uma vez que deixar o país não se apresentava exatamente como uma opção, mas como uma imposição a todos aqueles que alardeassem sua discordância em relação às posições do governo militar. Daí porque essa verdade não se instalou entre as evidências coletivas, não se generalizou nem passou a ser garantida por um enunciador de autoridade incontestável, como acontece com slogans que assumem estatuto de provérbios.

O espírito do referido slogan pode ser captado na reportagem de capa “Os militares: teoria e prática do poder”, publicada pela própria revista **VEJA**, em 1º de abril de 1970 (edição 082), em comemoração aos 6 anos da “vitória do movimento revolucionário de março”. Na reportagem, tecem-se rasgados elogios a “esses homens saídos dos quartéis”, a maioria “de origem humilde” que, para “enfrentar a crise brasileira”, contaram com “a formação idealista e combativa que receberam nas escolas e a unidade de objetivos que cultivaram na vida da tropa”. As idéias e posições políticas do ministro do Interior do governo Médici, General Costa Cavalcanti, citadas na matéria, ilustram bem o espírito “patriótico” do slogan:

“Sou nacionalista, sim, mas sem aspas; eu não admitiria nunca ter entre os meus auxiliares um esquerdista; sou contra o barateamento do conceito de segurança nacional; não há dúvida de que a maioria do Exército deseja a democracia: mas que essa democracia plena venha progressivamente, que não avancemos três passos para recuar cinco”.

Em todos esses casos de imitação, os discursos apresentam um etos específico que contribui para marcar a distância entre aquele que coloca a declaração em circulação e o responsável por ela.

Considerações finais

A análise da seção “O Brasil em frases”, da revista **VEJA**, baseada nos estudos de Maingueneau, busca comprovar a asserção do autor sobre a relevância de certas cenografias: aquilo que a seção pode dizer parece ser mais eficazmente dito na cenografia em que se materializa. Nesse caso específico, a cenografia baseia-se na enumeração de declarações, o que lhe permite falar, por meio dos discursos escolhidos, despertando certos sentidos e silenciando outros.

Tal cenografia mobiliza declarações feitas sobre o Brasil e os brasileiros, nos últimos quarenta anos, e resultam no chamado *destacamento forte*, uma vez que não possibilitam ao coenunciador o confronto com a enunciação “original”. A seção, a pretexto de suprir essa necessidade de contex-

tualização, faz comentários que acabam por direcionar sua interpretação, num movimento de *sobreasseveração*.

As frases da seção se constituem em *aforizações*, em um sentido que, ampliado por Maingueneau, compreende, além das frases de funcionamento *sentencioso*, como as máximas, ditados e provérbios (que funcionam como citações-cultura), certas modalidades de aforizações *personais*, que exibem claramente seu estatuto de citação, funcionando, em sua maioria, como citações-prova.

Alguns dos enunciadores das frases selecionadas buscam dar a suas declarações pessoais a autoridade de aforizações sentenciosas; outros questionam a autoridade das verdades estabelecidas por tais sentenças. Decorre daí um procedimento desviante, o “*detournement*”, que ora utiliza a autoridade sentenciosa em proveito da enunciação pessoal, num processo de *captação*, ora questiona tal autoridade, promovendo uma *subversão*.

Todos esses procedimentos são articulados pela *cenografia* adotada na seção, em que as palavras, a construção e o tom, somados ao lugar social dos enunciadores e dos coenunciadores, o valor da revista como parte do mecanismo da indústria cultural, tudo significa. E o fato de existirem outros textos que garantem o que é dito nesses enunciados sedimenta os sentidos construídos e institucionaliza o dizer.

O tom adotado pela coletânea mescla deboche e denúncia, na apresentação das “deficiências inerentes ao caráter do político brasileiro”, tratado ironicamente, na maioria das frases, a despeito do estatuto documental pretendido por essa edição da revista. O resultado é um efeito de indignação social (ou quem sabe, de conformismo, já que não há nada a fazer), afinal, tudo indica que “política não é coisa de gente honesta”, “o poder corrompe”, “todo político é corrupto”, “o brasileiro é incompetente e ignorante”...

Ao operar a *interpretação* do sentido num viés tomado como único, os discursos que constituem a seção fragmentam e simplificam a identidade do brasileiro, num posicionamento denunciante e zombeteiro, que disciplina e reduz a memória. O diálogo entre esses enunciados reforça o

imaginário a respeito da corrupção “presente no DNA dos brasileiros”. E o leitor possivelmente se dá por satisfeito com a capacidade crítica da revista, que o ajuda a enxergar a “realidade”, a não se portar ingenuamente.

O emprego de enunciados construídos com base no verbo ser (ou equivalente), no presente do indicativo, e em palavras ou expressões abstratas, tais como “democracia”, “esperteza”, “esquerdas”, “burrice”, impunidade e “corrupção” presta-se a explicar, ordenar, classificar, tendo como resultado um sentido de essência, de marca constitutiva da qual é impossível se livrar. Assim, ainda que os fatos abordados na revista demonstrem que a construção do país vem sendo assumida e executada, paulatinamente, por sucessivas gerações, a cenografia da seção indica uma incapacidade do país em aprender com os erros e acertos do passado.

Referências

AUTHIER-REVUZ, J. **Palavras Incertas: as não-coincidências do dizer**. Tradução de C. R. C. Pfeiffer et al. Campinas: Editora da Unicamp, 1998.

AUTHIER-REVUZ, J. **Entre a Transparência e a Opacidade. Um Estudo Enunciativo do Sentido**. Tradução de E. Lemos. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

BENITES, S. A. L. **Contando e fazendo a história: a citação no discurso jornalístico**. São Paulo: Arte & Ciência/ Núcleo Editorial Proleitura, 2002.

CHAROLLES, M. Introdução aos problemas da coerência dos textos. In: GALVES, C., ORLANDI, E. & OTONI, P. (orgs.) **O texto/ escrita e leitura**. Campinas, SP: Pontes, 1988.

GREIMAS, A. J. **Sobre o sentido: ensaios semióticos**. Petrópolis: Vozes, 1975.

LIMA, A. Revista: a mídia que fica. **Revista Meio & Mídia**. www.revistameioemidia.com.br: 2009. Acesso em 7/4/2009.

MAINGUENEAU, D. **Initiation aux Methodes de l'Analyse du Discours - Problèmes et perspectives**. Paris Hachette, 1976.

MAINGUENEAU, D. e GRESILLON, A. Polyphonie, Proverbe et

Détournement ou un proverb peut em cacher un autre. **Langages**, v. 19, n. 73, pp. 112-125, 1984.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Tradução de Freda Indursky. Campinas, SP: Pontes: Editora da Unicamp, 1989.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2004.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba: Criar, 2005.

MAINGUENEAU, D. **Cenas da enunciação**. Curitiba: Criar, 2006-a.

MAINGUENEAU, D. **Discurso literário**. São Paulo: Contexto, 2006-b.

MAINGUENEAU, D. L'enonciation Aphorisante. in CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE LINGUISTICA, 5., Belo Horizonte, MG. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, 2008, pp. 155-164.

NASSIF, L. **O caso de VEJA** (Ensaio) <http://luis.nassif.googlepages.com/home>. Acesso em 5/3/2009.

VEJA. 1970. **Os militares**: teoria e prática do poder. In: http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_01041970.shtml. Acesso em 7/4/2009.

VEJA. 2008. São Paulo: Abril, n° 2077, setembro de 2008. Edição especial, comemorativa dos 40 anos.

VEJA. 2008. Vídeo publicitário da revista Veja: AlmapBBDO. In: <http://VEJA.abril.com.br>. Acesso em 7/4/2009.

Recebido em 03/04/2009
Aceito em 22/06/2009