

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

COGEAE-COORDENADORIA GERAL DE ESPECIALIZAÇÃO,
APERFEIÇOAMENTO E EXTENSÃO

Curso de Especialização em Língua Portuguesa

ANA CECILIA MARQUES DA SILVA

UMA REFLEXÃO SOBRE O DISCURSO NA COLUNA DE
OPINIÃO DA REVISTA VEJA

PUC-SP

2017

ANA CECILIA MARQUES DA SILVA

UMA REFLEXÃO SOBRE O DISCURSO NA COLUNA DE
OPINIÃO DA REVISTA VEJA

Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Língua Portuguesa, como exigência parcial para obtenção do título de Especialista em Língua Portuguesa, pela Pontifícia Universidade Católica, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Marilena Zanon.

PUC-SP

2017

BANCA EXAMINADORA

À minha mãe.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, pelo incentivo recebido ao longo de minha vida.

À minha família pelo apoio.

Ao meu namorado, Marcus Dionizio, pela parceria e paciência.

Aos meus professores do Lato Sensu, em especial à minha orientadora, Marilena Zanon, pelo profissionalismo e pela dedicação.

Aos meus amigos, principalmente Diego, Felipe e José.

Aos meus colegas do Lato Sensu, em especial à Gláucia e Natália.

Não me esquecendo, dos meus alunos, os principais motivadores de minha busca diária por conhecimento.

“Cada ideologia tem a inquisição que merece.”

(Millôr Fernandes)

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	07
1. CAPÍTULO I: O Discurso em sociedade: ação e interação	11
1.0 - Introdução	11
1.1 - O Discurso como ação	11
1.2 - Diferentes Ideologias	13
1.3 - A Coluna jornalística	17
2. CAPÍTULO II: A Revista <i>Veja</i> e suas nuances, ao longo do tempo	19
2.0 - Introdução	19
2.1 - A mídia nacional: Um breve histórico das principais revistas dos séculos XIX e XX	19
2.1.1 - Revista <i>Ilustrada</i>	21
2.1.2 - A Revista <i>O Cruzeiro</i>	22
2.2 - A Revista <i>Veja</i>	24
2.2.1 - A Revista <i>Veja</i> : Slogan e perfil de seus leitores	26
2.3 - Gêneros publicados em revistas brasileiras	28
3. CAPÍTULO III: Análise dos artigos de Leandro Narloch, da revista <i>Veja</i>	30
3.0 - Introdução	30
3.1 - Quatro coisas que as feministas precisam entender sobre evolução da natureza humana	30
3.2 - Por que Dilma foi a pior da história	34
3.3 - Por que tantas feministas são doidas?	37
CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
ANEXOS	47

Considerações Iniciais

Esta monografia situa-se na linha de pesquisa da Análise Crítica do Discurso, que teve seu lançamento no final dos anos setenta liderada pela equipe de Roger Fowler, professor e pesquisador inglês. Entre as décadas de 80 e 90, essa abordagem mais crítica e sociopolítica do discurso e do poder teve rápido crescimento, tornando-se um movimento internacional de Análise Crítica do Discurso (ACD), cujo principal interesse pela produção discursiva do poder, com Fairclough e Wodak, em 1989. Foi pelo estudo crítico do discurso político, incluindo trabalhos de Chilton (1985) e Van Dijk (1998), bem como estudos de problemas sociais, como o racismo (Jäger, 1993^a, 1998; Reisigl e Wodak, 2000; Van Dijk, 1984, 1987, 1993^a; Wodak e Van Dijk, 2000).

Esse movimento crítico teve seu desenvolvimento paralelo ao movimento feminista e ao estudo crítico do gênero social, da língua e do discurso, sendo influenciado por esses outros movimentos. Segundo Van Dijk (2015), a Análise Crítica do Discurso (ACD) é uma forma de averiguação analítica discursiva que tem especificamente no seu estudo o abuso de poder, a dominação e a desigualdade como são representados, reproduzidos e combatidos nos textos orais e escritos, dentro de um contexto social e político. Para os analistas críticos do discurso é de extrema importância a consciência explícita do seu papel em sociedade.

O problema da pesquisa consiste no estudo da ideologia pregada pelos veículos de comunicação da nossa sociedade (especificamente a Revista Veja) que, segundo Fiorin (2003), esta servirá para tentar justificar e explicar a ordem social, as condições de vida do homem, assim como as relações que ele mantém com outros. Haja vista, tantas visões de mundo, quantas forem as classes sociais, cabe aqui ressaltar a sua identificação com os interesses da burguesia, mesmo que determinada em última instância, havendo assim, a expressão de um ponto de vista de determinada classe acerca da realidade, possivelmente explicada pela mente privilegiada de alguns, no caso desta pesquisa, renomados jornalistas, que reagirão linguisticamente, apoiados na formação ideológica-discursiva da Revista. A partir dessa pequena exposição, temos os seguintes questionamentos:

Quais as marcas de intolerância presentes no discurso na coluna de opinião da Revista Veja?

De que forma os colunistas da revista Veja direcionam o leitor a determinadas conclusões?

Justifica-se o tema selecionado a partir das inúmeras discussões presentes no cenário político/militante atual, principalmente no que diz respeito à forma da condução de discussões por diversas pessoas, sejam elas leigas, ou não, nos assuntos abordados, mas que deixam transparecer ideologias muitas vezes de caráter extremamente explícito, enquanto que, por outro lado, cabe a análise das formas aparentemente mais sutis, mas tendenciosas e partidárias, que fazem parte dos veículos de comunicação formadores de opinião, que requerem uma leitura mais proficiente para serem percebidas e pensadas e que serão o foco desta pesquisa.

No meu exercício como professora, é nítida a percepção das ideologias pregadas pela imprensa, impregnadas no discurso moldado dos alunos, que possuem conhecimentos generalizados acerca da política e, muitas vezes, procuram manter-se apenas na superficialidade dos textos. O posicionamento do professor, deve ser, de acordo com orientações recebidas sobre sua conduta, cada vez mais neutro de ideologias, deixando aos veículos de comunicação, redes sociais este papel.

Tem-se por objetivo geral contribuir com os estudos de valor argumentativo dos termos, numa análise gramatical das construções dos diferentes enunciados analisados, e terá como referência, a análise do discurso de linha francesa.

O termo análise do discurso origina-se de um artigo de Harris (1952), que a entendia como uma “extensão dos procedimentos distribucionais a unidades transfrásticas”. Tal definição pode ser concebida de forma mais ampla, como uma disciplina equivalente ao “estudo do discurso”.

Partindo mais especificamente dos estudos de Charaudeau e Maingueneau, seu estudo estará ligado à linguagem como atividade dentro de um contexto, um texto pertencente a um gênero de discurso e, no caso desta pesquisa, como se pode pensar o “dispositivo” de enunciação por meio de determinada organização textual e lugar social que, juntamente com a

formação discursiva-ideológica tanto do enunciador, como enunciatário, poderá reagir linguisticamente aos acontecimentos.

Tem-se como objetivo geral demonstrar, a partir da leitura e análise de diferentes textos, as marcas ideológicas presentes no discurso dos colunistas da Revista Veja.

São objetivos específicos:

1. Pesquisar autores que tratam de ideologia na análise do discurso;
2. Levantar textos de opinião das colunas da Revista Veja;
3. Analisar esses textos no que diz respeito às expressões linguísticas.

Determinados termos na organização dos enunciados para direcionar o leitor à determinadas conclusões, deixando marcado, muitas vezes o seu posicionamento político-ideológico.

Esta monografia é composta por três capítulos:

Capítulo I, intitulado O DISCURSO EM SOCIEDADE: AÇÃO E INTERAÇÃO, será apresentado algumas das noções teóricas que definem o relacionamento entre Discurso, Sociedade e Cognição. Será apresentado, também, o gênero coluna.

Capítulo II, A REVISTA VEJA E SUAS NUANCES, AO LONGO DO TEMPO, será tratada, de forma resumida, a história das revistas no Brasil, tendo como foco a Veja. Serão tratados também, o discurso do *slogan* da Revista, assim como também as diferentes ideologias no perfil do leitor.

Capítulo III: ANÁLISE DOS ARTIGOS DE LEANDRO NARLOCH, DA REVISTA VEJA, em que se realiza uma análise do *corpora*, apresentando três textos seguidos dos resultados obtidos da análise.

Nas Considerações Finais mostraremos que no material analisado, o discurso atua em função de uma finalidade, age sobre o outro. Sendo interativo, o enunciador supõe a presença de um enunciatário, que consegue atribuir-lhe sentido dentro de um determinado contexto, e, principalmente, relacioná-lo a diversos enunciados. Cabe ao enunciador, a fim de tornar seu discurso legítimo, apresentá-lo e justificá-lo para uma maior aceitabilidade do leitor. Porém, é sabido que todo discurso carrega um valor ideológico, e sua transmissão, muitas vezes, é feita de maneira minuciosa, cabendo aos

participantes desse discurso determinado domínio da língua para que possa compreender e interpretar, de maneira crítica.

A nossa fala é moldada de acordo com as formas do gênero, que implicarão certo domínio linguístico de seus participantes, que deverão corresponder às expectativas de determinado gênero. O discurso deverá remeter a um sujeito, que indicará quais atitudes está tomando em relação ao que é dito.

Nos anexos estão o corpora selecionado para esta pesquisa.

CAPÍTULO I

O DISCURSO EM SOCIEDADE: AÇÃO E INTERAÇÃO

1.0 Introdução

Neste capítulo, apresentamos algumas noções teóricas que definem o relacionamento entre Discurso, Sociedade e Cognição e que sustentam nossa tese a respeito do discurso jornalístico, como um dos discursos públicos que objetiva construir, pelo texto, a opinião para o público-leitor.

Van Dijk (1997) postula que, embora o discurso seja social e sua análise, portanto, objetive entender o relacionamento entre as estruturas do discurso e os contextos sociais, esse relacionamento não pode ser estabelecido sem que sejam tratadas as representações mentais individuais e sociais. Estas últimas, socialmente adquiridas e partilhadas, definem as culturas e os grupos sociais, de forma a organizar e a monitorar suas crenças bem como suas práticas, em discursos sociais.

1.1. O discurso como ação

O discurso, como ação, é visto como um fenômeno resultante de uma prática social e cultural: os locutores praticam atos sociais e participam em interações sociais. Essas interações estão situadas em vários contextos sociais e culturais, como, por exemplo, em reuniões informais com amigos, encontros profissionais, institucionais ou debates parlamentares e acadêmicos.

De acordo com Charaudeau (2002), a ação é pensada desde Aristóteles, na sua relação ao sentido social que ela produz, ou seja, na interação produzida entre os atores, a fim de dar sentido aos seus atos e às suas vidas. O ponto de vista representacional considera a linguagem pela sua função na representação das ações dos seres humanos, nas suas relações - sejam elas de aliança ou oposição - assim como os motivos que as alimentam. A relação de representação retrata justamente a relação entre linguagem e ação.

A linguagem, seguindo um ponto de vista pragmático, é própria da ação, pois ela fará ou fará saber, expressando assim de maneira direta ou indireta. A

partir deste ponto de vista, tivemos o surgimento dos “atos de fala”, promovidos por Austin e Searle. A relação entre linguagem e ação é uma relação de “fusão”, havendo não uma combinação, mas integração da ação na linguagem.

Seguindo um ponto de vista *interacional*, a linguagem consistirá no resultado das trocas produzidas entre os componentes de um grupo social. Nessas trocas deveremos encontrar interações específicas, que nortearão os comportamentos dos atores sociais e construirão as relações das intenções e interesses.

Numa problemática denominada com *comunicacional* por Charaudeau, serão considerados os fatos de linguagem essencialmente fatos de comunicação, que possuem uma dupla dimensão externa, em que os atores são identificados por meio de seus atributos psicológicos e sociais. Já numa dimensão dita como interna, os atores têm atributos “linguageiros”, ou seja, constroem uma identidade discursiva, uma intenção de influência no seu parceiro do ato de comunicação.

Com efeito, para que se realize um ato de comunicação é preciso dois atores em relação de interação languageira que se reconheçam mútua e reciprocamente como os parceiros de uma co-construção do sentido numa finalidade de intercompreensão e que, ao mesmo tempo, se diferenciem suficientemente para que possam assumir suas identidades próprias. A realização de um tal ato não pode seguir uma lógica de encadeamento unidirecional, já que cada sujeito dispõe da mesma iniciativa de comunicação que o outro, o que os obriga a uma ação constante de regulação. (Charaudeau, 2002)

A socialização da linguagem terá sua construção feita pelos grupos sociais, resultante do acúmulo da vivência dos objetivos da ação, de finalidades comunicacionais, que serão formadas e amparadas pelo discurso.

1.2 Diferentes ideologias

O termo ideologia aparece, pela primeira vez, de acordo com Chauí (2008), em 1801, no livro de Destutt de Tracy, *Elémentes d'Idéologie* (Elementos de Ideologia). Junto com o médico Cabanis, com De Gégando e Voney, Destutt de Tracy tinha a pretensão de elaborar uma espécie de “gênese das idéias”, que seriam tratadas como “fenômenos naturais que exprimem a relação do corpo humano, enquanto organismo vivo com o meio ambiente”. Diferentes etapas do espírito humano levarão à criação de um conjunto de ideias, que darão a explicação da totalidade dos fenômenos naturais e humanos.

A ideologia será entendida como uma “organização sistemática” de todos os saberes científicos, desde a formação de ideias mais amplas na matemática, até menos amplas, na sociologia, e mais específicas, na moral. Assim como a teoria será a produção dos sábios, estes irão levantar opiniões vigentes, organizá-las e sistematizá-las, corrigindo-as e, também, retirando todo elemento de ordem religiosa ou metafísica existente.

A ideologia terá um papel norteador sobre as ações dos homens, pois pertence ao conhecimento científico das ideias comuns de uma sociedade, assim como está no conhecimento sobre a formação de ideias, tanto no ponto de vista psicológico, quanto no social. A ideologia como terminologia política essencial, segundo Heywood (2010), originou-se com Karl Marx. O uso dessa palavra por Marx, despertou interesse nas próximas gerações de pensadores marxistas, destacando assim, o interesse causado no pensamento político e social moderno.

Marx utilizou em um de seus primeiros trabalhos - *A Ideologia alemã*, escrito com seu colaborador de sempre, Friedrich Engels (1820-1895) - tinha um significado diferente dos que estão geralmente presentes nas análises políticas de maior domínio. Esse conceito de Marx e Engels, irá apresentar algumas características como a associação do termo à “ilusão e mistificação”, produzindo a partir desse ponto, uma visão errônea e equivocada do mundo, que foi chamada posteriormente por Engels de “Falsa consciência”. Marx fez uso da ideologia, conceituando-a como “crucial” e com propósito de

desmascarar sua mistificação, classificando suas próprias ideias como científicas, devido à precisão de sua elaboração, como o propósito de revelar o funcionamento da história e da sociedade.

Marx também defendia que a “distorção implícita” na ideologia, refletiria os interesses e as perspectivas das classes dominantes, as quais não se reconhecem como opressoras e buscam conduzir o oprimido ao conformismo de sua opressão, tendo como exemplo, o liberalismo, que irá estabelecer como direitos universais, aqueles que só podem ser exercidos por classes mais privilegiadas.

A ideologia é colocada como uma “manifestação de poder”, ou seja, ocultando as contradições na qual o capitalismo é baseado, a ideologia irá servir para mascarar o proletariado explorado o fato de sua própria exploração, alimentando um sistema de poder desigual entre as classes. A ideologia constituirá as ideias dominantes de sua época. Marx também a tratou como um “fenômeno temporário”, ou seja, a existência da ideologia irá depender da permanência do sistema de classes que a motiva.

Lenin, na obra *Que fazer? (What is to be done?)*, [1902] 1988), descreve as ideias do proletariado como “ideologia socialista” ou “ideologia marxista”, expressões que, provavelmente, seriam incongruentes para Marx. De acordo com esse estudioso, para a maioria dos marxistas, ideologia significava as ideias características de determinada classe social, ou seja, ideias que iriam favorecer os interesses, independentemente do seu *status* social. Entre os que mais contribuíram para a teoria marxista da ideologia, está o nome de Antonio Gramsci. Gramsci ([1935] 1971) tendo demonstrado que o sistema de classes capitalistas não seria sustentado por apenas um poder político e econômico desigual, mas também pelo que designou por “hegemonia das ideias e das teorias burguesas”:

(...) Hegemonia significa liderança ou dominação e, no sentido de hegemonia ideológica, refere-se à capacidade das ideias burguesas de derrubar visões concorrentes e se tornar, com efeito, o senso comum da época. (HEYWOOD, Andrew. Ideologias políticas: Do liberalismo ao fascismo. P.21).

Segundo Gramsci ([1935] 1971), a ideologia está em todos os níveis da sociedade: nas artes e na literatura, no sistema de educação, nos meios de comunicação de massa, na linguagem cotidiana e também na cultura popular. Ele defendia que a hegemonia burguesa só poderia ser provocada em nível político e intelectual, ou seja, por meio do estabelecimento de uma “ideologia do proletariado”.

Hebert Marcuse (*A ideologia da sociedade industrial, One dimensional man, 1964*) defende que a aparente tolerância do capitalismo serve a um propósito repressivo, pois irá criar a impressão de uma livre argumentação e debate, acobertando o alcance da doutrinação e do controle ideológico. Karl Mannheim (*Ideologia e utopia. Ideology and utopia, [1929] 1960*) descreveu as ideologias como sistemas de pensamento, essas que serviriam para a defesa de determinada ordem social, e também na expressão, em sentido mais amplo, dos interesses de seu grupo dominante ou governante. Já as utopias, dirão respeito as representações sociais radicais, que servirão de forma invariável aos interesses de grupos oprimidos ou subordinados.

De acordo com Andrew Heywood, (*Ideologias políticas: Do liberalismo ao fascismo, p. 23, 2010*) temos o seguinte panorama das ideologias políticas:





Uma ideologia é um sistema de pensamento voltado para a ação. Por meio dessa definição, não são classificadas como boas ou más, verdadeiras ou falsas, abertas ou fechadas, libertárias ou opressoras, podendo assim, ser todas essas coisas. Partindo dessa ideia, Selieger (1971), define ideologia da seguinte forma:

(...) um conjunto de idéias por meio das quais os homens postulam, explicam e justificam os fins e meios de ação social organizada, independentemente de, se tal ação visa preservar, melhorar, erradicar ou reconstruir uma dada ordem social.

Ainda segundo Heywood - de acordo com Barber-1995 - com a sua confrontação entre o “jihad” e o “McMundo”, as novas ideologias diferem das ideologias clássicas de diferentes formas. Primeiramente, houve uma mudança de perspectiva da economia para a cultura, pois há uma maior concentração nos valores, crenças e estilos de vida das pessoas do que no conforto econômico ou na justiça social. Também ressalta que a noção de classe social foi substituída pela identidade, tornando o ativismo político como uma escolha de estilo de vida, ou seja, o particularismo no lugar do universalismo:

(...) enquanto o liberalismo e o socialismo compartilhavam claramente uma fé iluminista na razão e o progresso, refletindo a crença de que a identidade humana tem uma essência comum, as “novas” ideologias, como o feminismo, o nacionalismo étnico, o multiculturalismo e o fundamentalismo religioso, enfatizam a importância de fatores como gênero, localidade, cultura e etnia. (HEYWOOD, Andrew. Ideologias políticas: Do liberalismo ao fascismo. P.33-34).

1.3. A coluna jornalística

Define-se uma coluna por uma seção especializada de jornal ou revista publicada regularmente, geralmente assinada, escrita de maneira mais livre e pessoal do que acontece nos noticiários. Tendo seu espaço definido no veículo, é facilmente encontrada pelos seus leitores. Há colunas de diferentes formas e propósitos, mediante a escolha de seus titulares ou editorias, com assuntos relacionados desde a área política até as diferentes modalidades esportivas. Assim como podem tratar de diferentes temas, apresentando a opinião de quem as assina, podem ser também organizadas por um único tema, como é o caso do *corpora* que será analisado neste trabalho.

De acordo com Zobaran e Camara (apud Souza: 2005), havia uma divisão dos antigos jornais quanto à largura de suas páginas em oito colunas que obedeciam rigorosamente a divisão, tornando a leitura, muitas vezes, desestimulante, com a falta de espaços em branco ou uma diagramação mais “limpa”. Quando se ganhava espaço para escrever em jornais, era estipulado o número de colunas, fato que deu origem ao nome do gênero. Com o passar dos anos, novos diagramadores contestaram o modelo tradicional, passando-se a preocupar com um visual mais aprazível das páginas ao leitor.

A partir do estudo de Chaparro (apud Galdino, 2013), a coluna não trata apenas de um gênero pertencente ao jornalismo de opinião, separado da informatividade como se vê no estudo de Melo (1985), pois pode-se contemplar diversas formas discursivas. Até meados do século XX, os jornais eram, em sua grande maioria, opinativos. As notícias apresentavam, de maneira

explícita, o teor político e a ideologia dos jornais, bem como os interesses de seus editores.

De acordo com Pena (apud Galdino: 2008), os textos possuíam um valor muito mais “retórico” do que discursivo, acarretando num certo desconforto aos governantes que, notoriamente, responderam com a censura. Passou-se a ser estimulado o jornalismo informativo no século XIX.

Chaparro organizou os gêneros em duas classes: comentário e relato. Essas classes irão se organizar em dois agrupamentos de espécies: argumentativas e gráfico-artísticas, ao gênero comentário e espécies narrativas, ao gênero relato.

Galdino também destaca, outro fato citado por Chaparro sobre a “periodicidade do gênero”, pois a recorrência desse gênero permitirá a repercussão dos acontecimentos, estimulando sua discussão e, inevitavelmente suas polêmicas, que o colunista irá fazer uso, para muitas vezes direcionar a construção da opinião pública, de acordo a ideologia do veículo ao qual pertence.

No capítulo a seguir, será tratado, resumidamente, a história das revistas no Brasil, tendo como foco a *Veja*. Serão tratados também, o discurso do *slogan* da Revista, assim como também as diferentes ideologias presentes no perfil do leitor.

CAPÍTULO II

A REVISTA VEJA E SUAS NUANCES, AO LONGO DO TEMPO

2.0. Introdução

Neste capítulo, trataremos, resumidamente, da história das Revistas no Brasil, tendo como foco a *Veja*, revista lançada em setembro de 1968, pela Editora Abril, batizada como *Veja e Leia*, tendo como manchete de capa “O grande duelo no mundo comunista”. Os jornalistas responsáveis eram Roberto Civita e Mino Carta, cujo objetivo era o de apresentar aos seus leitores, material que tivesse temas variados de abrangência nacional e global - sua primeira edição tratou de assunto internacional - com questões sobre política, economia, cultura, dentre outros. Ressalte-se que Roberto Civita, na época, residia em Tóquio como subchefe da sucursal local da *Time*. Convidado pelo pai para voltar ao Brasil e trabalhar na Editora, tendo como primeiro desafio, criar uma revista semanal informativa nos moldes da *Time*.

2.1. A mídia nacional: Um breve histórico das principais revistas dos séculos XIX e XX:

O jornalismo, segundo Melo (2003) ergueu-se historicamente dos acontecimentos que prepararam e tornaram realidade a transformação das sociedades europeias. A imprensa, responsável pela viabilização tecnológica do jornalismo, surgiu a partir do crescimento das exigências socioculturais que se manifestaram nas operações mercantis e financeiras que moveram as cidades, no que diz respeito ao andamento dos inventos e ideias, que foram transformando a reprodução do saber num fator político e significativo. As primeiras manifestações do jornalismo, ou seja, as relações, os avisos, as gazetas, que circulavam de forma escassa no século XV, e tem sua ampliação no século XVI, irão atender à necessidade social da informação dos que habitam as cidades, dos súditos e de quem as governa.

De acordo com Moura (2010), o nosso jornalismo nasce, oficialmente, no início do século XIX, por meio dos primeiros impressos publicados em 1808, com a chegada da família Real ao Brasil. A autorização para imprimir em território nacional veio com a autorização para a instalação da imprensa régia, naquele início de século, determinada por D. João VI. Os primeiros foram o *Correio Braziliense*, impresso em Londres e a *Gazeta do Rio de Janeiro*. Depois, os *Sentinellas da Liberdade*, entre tantos outros. Posteriormente, houve o surgimento das revistas e almanaques. Estas publicações mais elaboradas, com periodicidade maior e voltadas, inicialmente, para assuntos específicos. Nas revistas, o mais comum eram as literárias, já entre os almanaques os temas eram mais diversos, porque incluíam desde geografia, história, literatura, artes e também, política.

Das primeiras décadas do século XIX até as finais do século XX, milhares de publicações, sendo elas jornalísticas ou não, foram tomando o formato de revista, ganhando o mercado e respectivamente, seus públicos. Muitas delas tiveram existência muito curta. A falta de recursos e de assinantes fizeram com que algumas delas fossem obrigadas a circular por um período muito curto e, também, contavam como uma tiragem muito baixa.

A primeira revista que se tem conhecimento, *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, surgiu em Salvador, em 1812, logo após a instalação da corte portuguesa em terras brasileiras. Segundo Scalzo (2003), essa revista seguiu os modelos das utilizadas no mundo editorial da época e tinha “cara e jeito de livro” e se propunha a publicar:

(...) discursos sobre costumes e virtudes sociais, algumas novelas de escolhido gosto e moral, extratos de história antiga e moderna, nacional e estrangeira, resumo de viagens, pedaços de autores clássicos portugueses – quer em prosa, quer em verso – cuja leitura tenda a formar gosto e pureza na linguagem, algumas anedotas e artigos que tenham relação com os estudos científicos propriamente ditos e que possam habilitar os leitores a fazer-lhes sentir importância das novas descobertas filosóficas (Scalzo, 2003: 27).

A primeira revista não oficial do país, *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, que teve seu lançamento feito pelo jornal Idade d'Ouro do Brasil, é criação - assim como também o próprio jornal Idade d'Ouro do Brasil - da tipografia de Manuel Antonio da Silva Serva e foi publicada à proteção do Conde dos Arcos, em 1812, na Bahia. Eram responsáveis pela redação da revista, Diogo Soares da Silva de Bivar e o padre Ignácio José de Macedo.

No ano seguinte, em 1813, surge a revista *O Patriota*, no Rio de Janeiro, com o objetivo de divulgar autores e temas nacionais, que teve a participação da elite cultural da época. Nove anos mais tarde, em 1822, outros periódicos são editados, como, por exemplo, os Anais Fluminenses de Ciências, Artes e Literatura, cuja proposta era o de atender os interesses de profissões como advogados, engenheiros, médicos, cientistas e outros profissionais. Tantas outras revistas são editadas ao longo do século XIX. Mas vamos mencionar a Revista Ilustrada, que nasceu no governo de D. Pedro II, já no final daquele século.

2.1.1. Revista Ilustrada

No final do Segundo Reinado de D. Pedro II, a Revista Ilustrada, de acordo com Moura (2010), tornou-se a principal publicação a fazer uso das ilustrações, especialmente as charges, para criticar o poder monárquico nacional. O imperador do Brasil foi representado diversas vezes, em diferentes e ilógicas situações. Seus ministros e demais políticos também foram temas das piadas e charges publicadas nessa Revista.

Segundo Benedita de Cássia Lima Sant'Anna (2015), O principal fator que viabilizou a Revista Ilustrada, foi o sancionamento da Lei Áurea, em 13 de maio de 1888, pois a divulgação de forma expressiva de textos literários foi devido à necessidade do preenchimento das lacunas, causadas pela falta dos textos de cunho abolicionista. A divulgação das matérias com conteúdo puramente literário em prosa ou verso, presente em seus números, não estava diretamente incorporada ao projeto editorial da Revista Ilustrada; apenas apresentava-se como um elemento de acréscimo, devido à proposta inicial desenvolvida por Angelo Agostini e pelos demais articulistas da publicação. O

destaque estava para as “denúncias das mazelas sociais”, que eram realizadas por meio de sátiras nas crônicas, artigos, notas e imagens com humor, instigando, assim, o seu público à devida reflexão.

A Revista foi a mais distribuída regularmente aos assinantes em todos os Estados e cidades da, então, República Brasileira, nas pequenas vilas ou em lugares remotos.

O seu projeto inicial era o de entretenimento dos seus leitores e o trabalho para a conquista de todas as liberdades; depois, passa a ser o do fornecimento de leitura “amena” e o trabalho pela consolidação dos Estados Unidos do Brasil, levando assim, a popularização de fatos merecedores de menção do governo e do povo, com retratos e biografias de homens mais célebres daquela época.

De acordo com Cavalcanti (2006), a Revista Illustrada foi uma publicação satírica, política, abolicionista e republicana brasileira, fundada no Rio de Janeiro pelo ítalo-brasileiro Angelo Agostini, circulando durante 22 anos, ou seja, de 1876 a 1898. Ainda de acordo com Cavalcanti, a Revista teve duas fases distintas:

(...) a primeira, sob a direção de Agostini, que durou até quando da Proclamação da República, em 1889, quando o artista – assim como o Imperador – deixam o país; este, por conta do golpe militar; aquele, por haver fugido com uma amante. A segunda fase, sob a direção do também caricaturista Pereira Neto, funcionou de forma intermitente. O retorno de Agostini, em 1895, fê-lo tornar-se apenas um funcionário. A Revista viria a desaparecer, definitivamente, pouco tempo após.

2.1.2. A revista *O Cruzeiro*

De acordo com Moura (2010), a Revista o Cruzeiro chegou aos leitores em 10 de novembro de 1928. Seguindo o estilo promocional da época, “a contemporânea dos arranha-céus”, mobiliza uma multidão na recém-inaugurada avenida Rio Branco.

Lançada com grande festa pelo jornalista Assis Chateaubriand, dono do Diários Associados, pois fim a um ciclo no histórico das revistas brasileiras. Sua programação visual era ousada e privilegiava a fotografia e a objetividade das reportagens, fazendo com que logo, *O Cruzeiro*, dominasse o mercado editorial e acabasse por se tornar referência gráfica, literária e jornalística em grande parte da história brasileira.

Foi com a reportagem fotográfica de *O Cruzeiro* que se deu o surgimento das duplas de repórteres - repórter e repórter fotográfico. O grande destaque do semanário era o da dupla do jornalista David Nasser e do fotógrafo francês, Jean Manzon.

Além de informar, *O Cruzeiro* começou a intervir nos costumes de uma sociedade, modificando-a. A partir de então, ganhou autoridade, influenciando outras revistas no ingresso dos novos tempos da reportagem. Esses novos tempos diziam respeito à mudança do jornalista, que passou do fundo da redação à rua, criando novas matérias de acordo com a realidade brasileira, como esportes, política, consumo, artes, entre outros temas. Mas essa revista de grande importância para o Brasil, encerrou suas atividades no ano de 1975, composta por equipe reduzida assim como sua vendagem.

Essas duas Revistas citadas se tornaram referência no humor e no jornalismo. Mas, essas publicações fizeram a história de períodos específicos na história brasileira. Seguindo padrões europeus, as primeiras revistas, graficamente, pareciam-se com livros e jornais e foram mudando com o tempo à medida que atendiam a interesses da comunidade intelectual, passando a incluir em suas páginas cultura, textos em colunas, ilustrações, fotografias, dentre outros temas. A linha editorial era de caráter conservador e defensora do absolutismo monárquico português. Em muitas províncias do Brasil surgiram revistas e almanaques, muitos literários, mas conservadores e com uso restrito de ilustrações.

O quadro só irá mudar no início da década de 1860, pois as revistas passarão a conter notícias de interesse social que vão desde aspectos mais elevados até mais calamitosos. Mas a novidade maior trata do surgimento de ilustrações mais elaboradas nas revistas.

A introdução da fotografia nos jornais e revistas se deu entre o final do século XIX à primeira década do século XX, coincidindo com o declínio do folhetim, que acabou por ser substituído pela informação. Temas como política, esportes e matérias policiais começaram a surgir, assim como as colaborações literárias, estas que começaram a ser separadas em matérias à parte em outra página.

Devido a essas transformações, as revistas ilustradas cresceram. Antes, tinham a imagem representada apenas nas charges, mas depois, as imagens fotográficas espalharam-se nos principais veículos.

Nesse período tivemos as revistas *Semana Ilustrada*, *Revista da Semana*, *Kosmos*, *Fon-Fon!*, *Ilustração Brasileira*, *Careta*, *Paratodos*, dentre outras.

2.2. A Revista Veja

A revista *Veja*, de acordo com o estudo de Mira (2001), chegou às bancas em 1968. Seguindo a versão dada pela editora, o projeto da revista seria de dez anos antes. Teria sido trazida por Roberto Civita no seu retorno dos Estados Unidos, em 1958. Mas o próprio Victor Civita julgava prematura a sua realização, em uma editora de histórias em quadrinho e fotonovelas. O lançamento da *Veja* aconteceu em 08 de setembro de 1968, mediante uma campanha publicitária no dia anterior.

O esquema de distribuição da revista *Veja* foi realizado por meio de frota de ônibus, trens e até mesmo aviões cargueiros, principalmente fretados. Toda essa mobilização teve como intuito a chegada da revista, no primeiro dia útil da semana, em todos os municípios brasileiros. A partir daí, a revista passou a ter a exigência de um esquema de distribuição ágil desde a madrugada de sábado, dia do fechamento da edição, até segunda feira, quando cerca de 800 mil assinantes deveriam tê-la recebido.

O editorial de seu fundador Victor Civita, leva ao clima de “integração nacional” vigente na época. A ideia era a de um país que necessitava da integração de suas partes mais atrasadas às mais adiantadas, devido à questão de segurança, na visão defendida pelos militares e a necessidade de

modernização, defendida pelos empresários. Para que isso fosse possível, o país investiu fortemente em transportes e telecomunicações, fazendo com que na década de 70, houvesse um mercado nacional bem ambientado aos bens materiais e simbólicos da cultura de massas.

Ainda segundo Mira (2001), a revista *Veja* e a revista *Abril* tiveram seu crescimento no período da ditadura brasileira, porém a revista, inicialmente, mostrou-se mais independente, estando então cercada pela censura.

Ao longo do tempo, a revista *Veja*, tornou-se a “porta-voz” da linha econômica e política da Editora Abril, sendo a única ligada a Roberto Civita. Devido a isso, seu papel ideológico nesses campos é de extrema importância. Por meio de suas matérias, procura-se influenciar a mudança do pensamento das pessoas, como teria dito seu próprio presidente. *Veja* alcançou amplitude nacional, por sua atuação política. Após a cobertura da sucessão de Costa e Silva em 1969, a revista se viu notória e uma mídia impressa tão obrigatória quanto à Rede Globo na televisão, palavras da pesquisadora acima citada.

A procura de “abarcando a nação” teve, porém, muitos problemas. Nos cinco primeiros anos, a revista apresentou resultado negativo, com sua vendagem despencando dos 650 mil exemplares para aproximadamente 20 mil exemplares, situação catastrófica para uma revista da “famosa” Editora Abril.

As dificuldades encontradas pela revista, passaram às da falta de recursos, superando as das Revistas *Cláudia*, *Quatro Rodas* e *Realidade*. Os organizadores da Revista *Veja* tiveram de enfrentar uma difícil adaptação em relação ao modelo da revista *Time*, uma vez que uma tradição do jornalismo brasileiro e, também, os hábitos de leitura do público-alvo. A revista mostrou sua prioridade no verbal e sem a preocupação dos recursos visuais, levando então, ao desgosto de seus leitores. Pesquisas feitas pelo Ibope, no ano de 1969, mostraram a preferência, principalmente no Rio de Janeiro, por revistas ilustradas.

A pesquisa feita entre empresários e universitários do Rio de Janeiro e de São Paulo mostrou claramente os problemas na revista e indicações para a sua resolução. O impasse era causado, principalmente, pela falta do hábito de leitura de revistas de informação. Era necessário induzir esse novo comportamento ao leitor, mas também, provocar mudanças na revista. Aos

poucos a Veja foi aprimorando seu projeto gráfico, bem como o uso de fotografias e cores, dando ao leitor o máximo de informação num curto período. Veja passou por adaptações, ao longo de sua história, porém não mudando a essência de seu projeto original, pois Roberto Civita estaria seguro da viabilidade do modelo seguido da revista Time.

2.2.1 A Revista Veja: Slogan e perfil de seus leitores:

Segundo Augustini (2005: 80), os leitores da Revista Veja, possuem um nível de escolaridade maior do que a média nacional, assim formando a chamada elite do Brasil, tendo a leitura da revista como influenciadora em sua tomada de decisões, devido ao seu *status* já legitimado, por meio das vozes consideradas autorizadas, de especialistas em áreas específicas, institutos de pesquisa etc.

Para Hernandez (apud Augustini: 2005), os leitores desse veículo pertencem à categoria dos “formadores de opinião”, a quem a revista dirige reportagens que tratam do sucesso profissional ao saber científico, e que deve determinar o comportamento do “homem contemporâneo”, considerando o que busca a classe média, leitora da revista.

Ao ler as matérias, o leitor terá acesso àqueles que detém um conhecimento maior do que o seu, ao conhecimento muitas vezes colocado como irrefutável, pois é baseado em fontes reconhecíveis.

De acordo com Gonçalves (2009:29), dados da própria revista Veja, apontam que 72% dos seus leitores pertencem às classes A e B (apud Gonçalves: 2009), São pessoas que possuem casa própria, imóvel e titulação superior.

Gonçalves destaca a opinião de Da Silva (2005), sobre a existência de um público “indireto” da revista Veja, sendo eles os que estão entre os que servem a nossa chamada elite brasileira.

O slogan “Indispensável”, segundo Hernandez (2003), tem sua primeira aparição na edição 1531, de 28 de janeiro de 1998, oito meses antes do aniversário de 30 anos, sendo então, parte de um selo comemorativo. O slogan passou a aparecer na revista relacionado ao logotipo, com variedade de cores,

dentro ou não de um retângulo. Para melhor exemplificação, a seguir o modelo do slogan da referida Revista:



Anúncio da Veja fazendo um jogo de palavras com a mensagem e a marca. “Seja indispensável. Veja – Ler é indispensável” Disponível em: < <http://www.cafecomgalo.com.br/inspire-se-com-20-anuncios-all-type/>>. Acesso em 04 de Nov. de 2016

Hernandes (op.cit.) chama a atenção para a semelhança no sentido visual com outro slogan mais antigo, do Jornal A Folha de São Paulo. “Folha: Não dá pra não ler.”



Anúncio da Folha de São Paulo denotando que é impossível deixar de ler o seu jornal. Disponível em: <http://brasillivreedemocrata.blogspot.com.br/2010/09/todo-o-poder-tem-limite.html>. Acesso em 04 de Nov. de 2016

O slogan, como observa Hernandes, pretende conduzir o leitor por “intimidação implícita”, de uma obrigatoriedade na ação da leitura da revista, de não se poder dispensar a leitura e com essa dispensa acarretar num “grave prejuízo pessoal”, ao não acesso às possibilidades profissionais, pois o slogan refere-se ao pronome pessoal você, no ato solitário da leitura.

2.3. Gêneros publicados em revistas brasileiras

Todo e qualquer material jornalístico é materializado em textos, que recebe diferentes nomenclaturas de acordo com sua natureza e objetivos. Uma matéria é o nome genérico de textos informativos resultantes de apuração, incluindo notícias, reportagens e entrevistas. Um artigo é um texto dissertativo ou opinativo, não necessariamente sobre notícias e nem necessariamente escrito por um jornalista. De acordo com Kucinski (1991), Notícia é tudo que o público precisa saber e tudo que o público deseja falar, pois a sinergia entre leitores e publicações acaba por alterar formatos, linhas, editoriais e conteúdos.

Assim, os gêneros jornalísticos podem servir para integrar um diálogo entre a revista e seu público-alvo. É através da exigência dos leitores que os conteúdos se modificam e sua organização provém da forma como cada veículo edita seu conteúdo. Geralmente, em revistas encontramos os gêneros: **1) informativo** – pode ser nota, notícia, reportagem, entrevista, título ou chamada; **2) opinativo** – pode ser editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, carta e crônica; **3) propaganda** – pode ser comercial, institucional e legal, dentre tantos outros.

Melo (2003), faz-nos observar com a questão entre a limitação do jornalismo informativo - que apenas informa - e o jornalismo opinativo – que tem a opinião do autor do texto. A separação da categoria informativa e a opinativa está ligada não somente a um artifício profissional, mas também político. É profissional, pois diz respeito ao limite que o jornalista se movimenta, entre o dever de informar e o poderio de opinar, possibilitado ou não pela instituição onde é atuante.

Melo (op.cit.) destaca que, para os norte-americanos Emery, Ault e Agee, o jornalista historicamente é visto pela sociedade como responsável basicamente pelo relato e pela interpretação e opiniões fundadas nas notícias. Dentro da concepção americana, a compreensão das esferas de atuação jornalísticas está ligada à identificação das funções que a informação realiza no que diz respeito à coletividade que serve ou que irá exercer influência.

A escolha da informação a ser difundida por meio dos veículos jornalísticos será o principal meio de que a empresa irá dispor. É pela seleção

que será aplicada na prática a linha editorial. A escolha ficará por conta da visão de mundo da empresa jornalística. Essa visão brota da decisão do que será publicado em cada edição, com privilégios a certos assuntos, destaques a determinados personagens, o “obscurecimento” de alguns e a omissão de outros tantos.

De maneira histórica, a diferença entre categorias do jornalismo informativo e do jornalismo opinativo, surgirá da necessidade sociopolítica de estabelecer limites nos textos que contêm opiniões evidentes.

Os gêneros serão determinados pelo estilo. Este dependerá do diálogo que o jornalista deverá manter com o seu público, abarcando sua linguagem e suas expectativas temáticas.

No Capítulo III, ANÁLISE DOS ARTIGOS DE LEANDRO NARLOCH, DA REVISTA VEJA, será realizada a análise do nosso corpora, composto de três textos seguidos dos resultados obtidos.

CAPÍTULO III: ANÁLISE DOS ARTIGOS DE LEANDRO NARLOCH, DA REVISTA VEJA

3.0. Introdução

Neste capítulo, analisamos três artigos de Leandro Narloch, da Revista Veja, intitulados **a)** *Quatro coisas que as feministas precisam entender sobre evolução da natureza humana*, de 02-06-2016; **b)** Por que Dilma foi a pior da história, de 11-05-2016 e **c)** Por que tantas feministas são doidas? De 13-02-2015, que serviram de *corpus* para a nossa pesquisa .

3.1. Quatro coisas que as feministas precisam entender sobre evolução da natureza humana:

Logo no título do texto, a locução verbal “precisam entender” é colocada como uma “prestação do saber”, mas também pode ser vista como um pré-requisito do que “toda dita feminista” deve saber por se encaixar em determinado movimento ideológico. A conjunção *que* restringe as feministas ao dever do conhecimento, ou seja, as “quatro coisas” a serem compreendidas são restritas ao que o colunista chama de “natureza humana”.

Logo abaixo, o autor apresenta não mais somente o que deve ser de compreensão de todas as feministas mas, de forma generalizada, o que seria rejeitado pelo próprio movimento feminista, indicando que elas acreditam numa ideia mistificada de que estariam “fadadas a uma posição inferior”. A própria lexia “fadadas” já indica um sentido contrário à racionalidade, à ciência e está mais ligada às “crenças” sem comprovações científicas.

No trecho seguinte: “Não há motivo para feministas rejeitarem argumentos baseados na biologia, pois nada na natureza mostra que as mulheres estão fadadas a uma posição inferior”, feita a apresentação inicial, são listados, em itens, o que deve ser de conhecimento de todas as feministas. Aqui já se infere a tendência preconceituosa do autor, quando ele relaciona as “quatro coisas” que elas precisam saber. Continuando com a análise, transcrevemos, a seguir, o primeiro aspecto levantado pelo autor:

Quando alguém diz que existe natureza humana, que homens e mulheres por natureza tendem a certos comportamentos, não está necessariamente dizendo que o natural é melhor. Isso seria cair na falácia naturalista. Constatar, por exemplo que mulheres em geral, se apegam mais a crianças pequenas é bem diferente de afirmar que “por isso as mulheres devem ficar em casa cuidando dos filhos”. A pessoa tem todo o direito de ignorar ou tentar contrariar pressões evolutivas.

O colunista Narloch argumenta acerca do pensamento do que seria de “ordem natural e evolutiva” mais bem aplicável ao comportamento de homens e mulheres e julga como falácias feministas, o que elas apresentam, muitas vezes, como falas carregadas de ideologias sexistas, que as condicionam a papéis específicos na sociedade, fazendo-as entender o seu lugar “naturalmente” explicado para a determinação de sua atuação. A forma “quando alguém diz” ou “quando se”, será repetida em todo os inícios dos parágrafos e distanciará o discurso, afastará a responsabilidade do colunista sobre o que vem sendo posto, como se isso tudo não manifestasse somente a sua visão sobre determinado pensamento feminista, mas sua defesa ao que é indubitável aos constantes ataques delas “à liberdade de expressão” dos que possivelmente, segundo a visão do colunista, possuem ciência em nossa sociedade. É apenas “constatar” – lexia do próprio colunista – o que é pertencente à nossa natureza.

Quanto ao segundo aspecto, que segue com os comentários desta pesquisadora:

Quando alguém diz que existe natureza humana, não está dizendo que instinto é destino. Rotweilers e pitbulls tendem obviamente à violência, mas não é difícil encontrar rotweilers e pitbulls mansos. O comportamento é um livro escrito pela metade. Nascemos com todos os capítulos um pouco escritos pela genética; o ambiente se incumbe de completá-los.

Como segundo item do conhecimento a ser apreendido pelas feministas, a natureza das que podemos chamar de “provedoras do lar”, pode ser mutável, não as obrigando a assumir tal condição. Pois assim como os instintos de animais tidos como ferozes como rotweilers e pitbulls, poderá ser entendido que podemos encontrar mulheres que se encaixam entre as que se deixam ser domesticadas e aceitam as ordens dos seus “donos”, tornando-se “mansas”, mas há ainda as que insistem em fugir de sua natureza doméstica e amigável para desenvolver comportamentos “reacionários demais”. Sendo então, conforme destaca o colunista, o comportamento “um livro escrito pela metade” e o ambiente incumbido de completá-lo, caberia às mulheres compreender um pouco mais sobre sua evolução e terminarem sua história, de forma condizente com sua natureza e seu verdadeiro papel a ser cumprido em sociedade.

Em relação ao terceiro aspecto, ora transcrito,

Quando alguém diz que existe natureza humana, não está entrando numa conversa conveniente aos homens, **pois em diversos pontos a seleção natural favoreceu as mulheres.** Homens pagam mais no seguro de carro, sofrem mais quedas e acidentes e em qualquer tribo ou civilização que pingou pela história cometeram a maioria dos assassinatos. Também são a imensa maioria dos presidiários, pois são naturalmente mais violentos, têm menor tolerância com a injustiça e pouca aversão ao perigo.

A análise desta pesquisadora, a respeito da “terceira coisa” que as feministas precisam saber refere-se à natureza humana não relacionada ao favorecimento do gênero masculino, pois os homens são mais propensos a praticarem atos criminosos e estúpidos, ou seja, possuem comportamento mais agressivo, podendo-se entender por aí a natureza mais dócil e pacífica das mulheres - corroborada por dados estatísticos – diferentemente do gênero masculino, mais afeito ao perigo. Observa-se ter ficado de fora o fato desse favorecimento natural das mulheres, quando vítimas da brutalidade dos homens, o que está implícito no texto de Leandro Narloch ao apresentar o comportamento contrário dos homens sobre esses aspectos – resta-nos saber

como essas características virão beneficiar as mulheres na sua proteção física e psicológica.

Por fim, transcrevemos a “quarta coisa”, segundo Narloch, “importante” para conhecimento das feministas:

Quando alguém diz que existe natureza humana, não está necessariamente utilizando esse discurso para justificar uma ou outra posição política. A liberdade científica exige que cientistas estudem e tracem conclusões sem ter de pensar nas implicações políticas de suas descobertas. Do mesmo modo, feministas não devem rejeitar a psicologia evolutiva por acreditarem que ela seja inconivente ao feminismo.

Em seu último item, sobre o texto 1, o colunista nos mostra a natureza científica da humanidade - acima de qualquer implicação política – está ligada às descobertas por meio de pesquisas científicas. Mas as feministas, que estariam fora dessa evolução, dessa aceitação do natural, consideram essas falas, esses lugares, como ideologia, carregada de valores muito mais preconceituosos do que científicos.

Para finalizar, o jornalista apresenta trecho, extraído do livro *The Evolution of Morality*, do filósofo Richard Joyce, que, segundo ele, resume bem essa história:

Suponha que a psicologia evolutiva revele que a mente humana é adaptada para viver num grupo familiar estendido. Por si só essa descoberta não justificaria esse comportamento, não mostraria que ele é inevitável, e sequer mostraria que esse modo de vida tem mais chances de nos fazer felizes. (quem disse que a seleção natural prefere organismos felizes?). E mesmo que a psicologia evolutiva acabasse tendo implicações políticas, então que assim seja! O costume de deixar preferências políticas determinarem nossa aceitação a teorias científicas, de recusar uma teoria independentemente de sua base empírica só por causa do incômodo de suas implicações políticas, nunca mereceu, até agora, que eu saiba, um lugar entre as virtudes da investigação intelectual. Quando se irritam com argumentos biológicos sobre o comportamento humano, feministas pensam nos teóricos racialistas do Século 19. De

lá para cá, no entanto, o debate avançou um bocado. Vale a pena se atualizar.

O que fica para as feministas é a recomendação para uma atualização nas teorias modernas, pois os argumentos biológicos, segundo Narloch, avançaram muito desde o Século 19, período em que, provavelmente, seria onde elas ainda teriam estacionado - ou todos nós? Não é a felicidade que a imensa maioria busca? Pois, como é explicitado nesse trecho, nem todos os comportamentos a nós atribuídos biologicamente são de felicidade. Não é porque não pertencem a seus princípios, que as agradam que as colocam onde gostariam e no patamar que queriam, que devem ser radicalizados. Cabe as feministas se aprofundar nos estudos sobre a sua própria natureza, que elas desconhecem, e o aceite de uma cultura evolutiva e não “ilusória” da desigualdade”.

3.2. Por que Dilma foi a pior da história

Logo no título, o colunista Narloch afirma ter sido a ex-presidente Dilma Rousseff a pior de todos os tempos. Ele inicia seu artigo, com a seguinte frase:

Bastava que Dilma dirigisse com cuidado e estaríamos bem. Mas ela preferiu dar cavalos de pau e se arriscar em ultrapassagens proibidas. Arruinou o Brasil por escolha consciente e declarada.

Logo após o título, há uma alusão ao comando da presidente do Brasil como condutora de um veículo - nosso país - não uma condutora prudente, mas imprudente e irresponsável. Comparando-se com a categoria de motoristas, presume-se que todos eles sejam conhecedores das leis do trânsito e cientes de suas imprudências e, em determinado momento, o fracasso é tido como certo, segundo as palavras do colunista quando afirma “escolha consciente e declarada”.

Outro trecho do artigo de Narloch, diz:

Há presidentes que pegam o país na lama e o devolvem na lama. São os políticos medianos que abundam pela história. Há presidentes que pegam o país no atoleiro e o conduzem a estradas pavimentadas. São os heróis, os estadistas. E há o caso de Dilma Rousseff.

De todos os motoristas, metaforicamente falando, todos os gestores que comandaram o nosso país, desde o advento da proclamação da República, no final do Século 19, a Dilma que nos é apresentada pelo colunista, - desta vez com seu sobrenome – sobressai em relação a todos aqueles que já trafegaram por estas vias – governo - desde os mais prudentes até os medianos, de acordo com o texto de Leandro Narloch.

Continuando a análise, a seguir mais um trecho do artigo de Narloch:

Quando Dilma assumiu a presidência, o Brasil saboreava aquele alívio de quem entra na estrada de asfalto depois de quilômetros de solavancos da estrada de saibro. Tínhamos inflação controlada e superávit suficiente para diminuir a dívida aos poucos. Bastava que Dilma dirigisse com cuidado e estaríamos bem. Mas ela preferiu dar cavalos de pau e se arriscar em ultrapassagens proibidas.

Segundo nosso colunista, o Brasil seguia por asfaltos de boa qualidade, depois de tortuosas estradas de saibro, ou seja, nossa economia se estabilizava. Então ganhamos uma condutora imprudente, insatisfeita com o *status quo* que resolveu fazer diversas ultrapassagens proibidas, mostrando-se uma condutora de personalidade marcante, centralizadora, praticando ultrapassagens perigosas, colocando em risco toda uma nação.

A seguir, mais um trecho a ser analisado:

Por escolha consciente e declarada, abandonou a matriz econômica que FHC criou e Lula mais ou menos manteve, arruinou as contas que o Estado, depois de décadas de esforço, enfim vinha conseguindo organizar. As pedaladas fiscais transformam em desconfiança o entusiasmo de analistas e investidores internacionais.

De forma consciente, a presidente teria abandonado o projeto de seu antecessor, considerado apropriado para a realidade brasileira, que Lula, de certa forma, manteve. Infere-se no texto de Narloch que Dilma teria arruinado o país, tendo sido a mãe que mexeu em toda papelada de seus filhos. Nesse trecho a posição ideológica da Revista Veja é bem clara: quando diz “décadas de esforço”, dá destaque ao governo de Fernando Henrique Cardoso, em detrimento ao de Lula. Luiz Inácio Lula da Silva só não foi tão bombardeado por possuir, então, altos índices de popularidade em seu governo.

Mais um trecho para análise:

Em 2014, para convencer os eleitores de que estava no caminho certo, Dilma dirigiu com ainda menos prudência. Gastou dinheiro que não podia, só para ganhar a eleição. Conseguiu se manter ao volante, mas levou o país de volta ao atoleiro. Alguém pode dizer que a herança de Getúlio Vargas prejudicou o Brasil mais que o governo Dilma. É verdade – da CLT às estatais, ainda lidamos com problemas criados pelo caudilho. Mas é preciso dar um desconto a Getúlio. Ele respirava os ares da época – na Itália ou nos Estados Unidos, a novidade da década de 30 era criar uma máquina estatal pesada e poderosa.

A interpretação desse trecho, nos leva a inferir que Dilma teria tentado convencer seus eleitores de que os levaria ao caminho certo. Mas como confiar em uma mulher ao volante? Principalmente uma senhora responsável pelas finanças de um país, pois muitas vezes não consegue sequer comandar as finanças de sua própria casa, com seus supérfluos gastos. O que não podemos dizer dos homens, pois seus erros no comando são mais facilmente explicáveis, mediante as necessidades de determinada época. É possível aqui constatar a ideologia machista insinuada pelo colunista da Revista Veja.

Transcrevemos, a seguir, o último parágrafo do artigo de Leandro Narloch:

Não foi o caso de Dilma. Ela desdenhou o arroz-com-feijão da política fiscal em nome de ideias obsoletas. Pior, quando ficou difícil de esconder o resultado de seus erros, Dilma adotou a estratégia populista de dividir o país e se dizer vítima da conspiração de elites. Mas foi ela quem mais beneficiou (via BNDES, barreiras alfandegárias e contratos superfaturados) as elites e oligarquias tradicionais. Por isso tudo é razoável dizer que Dilma foi a pior presidente da história da República.

A divisão partidária no nosso país é colocada como inexistente. Mas ela sempre existiu. Seu mau governo, ao contrário de uma chamada conspiração, teria sido causado apenas durante o seu comando, sem se considerar as más gestões de seus antecessores.

Finalizando a análise do artigo *Por que Dilma foi a pior a história*, podemos concluir que pelo fato de o comando do país estar nas mãos de uma mulher, a crítica foi muito mais rigorosa.

3.3. Por que tantas feministas são doidas?

Primeiramente, nos damos conta de um pressuposto apresentado pelo autor, acerca de uma possível insanidade das feministas, apesar da pergunta estar apontando para uma busca da resposta, dada pela conjunção interrogativa.

Transcrevendo e analisando o primeiro parágrafo:

Tempos atrás, uma amiga minha estava indignada porque, ao correr na ciclovia da Avenida Sumaré, em São Paulo, não parou de levar assovios e buzinas de motoristas e motoboys. Eram tantos que ela resolveu contar: foram 35 pequenos assédios em meia hora de exercícios. Começo com essa história para dizer que sim, a vida das mulheres tem dificuldades – e seria legal se os homens mudassem alguns costumes. Ainda hoje tem gente – na internet e nos tribunais – aliviando a culpa de estupradores por causa do famigerado “mas ela estava de saia curta”. A favor de uma mudança de

atitude há iniciativas positivas e propositivas, como a campanha **Chega de Fiu Fiu**.

O colunista inicia a história com o relato de uma sua amiga que teria se indignado com a atitude de alguns homens, durante a sua prática esportiva. Ele relata dificuldades da mulher em relação a costumes culturais relacionados com a campanha Chega de Fiu fiu (onomatopéia de assobios).

Outro trecho do artigo:

O que me intriga é o seguinte: por que, fora uma ou outra exceção, as militantes que defendem essas causas legítimas são tão histéricas, voláteis, estridentes, paranoicas, desatualizadas, chatas, intolerantes, enfim, totalmente doidas?

Apesar de reconhecer a legitimidade da campanha, o colunista Narloch discorre sobre a personalidade das defensoras da causa com adjetivos fortes relacionados a transtornos comportamentais, transferindo para outrem, mais uma vez, a busca de resposta para a sua teoria, dada como legítima.

Outro trecho, a ser analisado:

Esta semana foi a vez de uma propaganda da Skol. Duas mulheres ficaram indignadas com a frase “Esqueci o ‘não’ em casa” do anúncio. Não há na propaganda nenhuma menção a mulheres ou a sexo, nenhum imperativo ou tentativa de imposição de regra, como haveria na mensagem “neste carnaval, não venha com essa de dizer ‘não’”. A frase do anúncio está em primeira pessoa, indicado escolha voluntária – e as próprias feministas dizem que não se deve recriminar as mulheres que optam por dizer “sim”. Como a propaganda é de cerveja, talvez o máximo de interpretação que se possa extrair dela é “tudo bem eu beber um pouco mais, pois é carnaval”. Mas as duas mulheres viram ali um episódio de atroz opressão machista. Completaram o cartaz com a frase “e trouxe o nunca”

e se fotografaram com cara de indignadas em frente ao anúncio.

O autor faz referência à campanha de uma cerveja brasileira, a Skol – esta, assim como outras, usa da presença feminina - O autor defende a propaganda de um possível viés sexual, que estaria impondo a mulher a “ser mais fácil’ e ceder facilmente aos homens. O colunista reconstrói a frase como um pronome, que teria seu sentido alterado não só para uma imposição – veremos que a original pode ter o mesmo poder de imposição – desconsiderando uma insistência masculina, diante de uma resposta pressuposta para o homem que a quiser ter e ainda defende por estar em primeira pessoa, o que em sua visão, daria controle total ao público feminino. Na realidade, não poderíamos entender somente como esse controle, mas como pressuposto de que a mulher possa ser pressionada culturalmente a ser submissa, e o autor esquece de mencionar uma visão de uma cultura machista, que pressupõe o não da mulher como uma afronta, então a marca apresenta mulheres mais “livres” e não dispostas ao erro de controlar sua própria vida.

Ao apresentar a combinação mulheres e cerveja, o autor apenas comenta de uma possível relação do sim da mulher à bebida, mas ignora o pressuposto sexual, este que seria apenas fruto da imaginação de militantes feministas.

Analisaremos, a seguir, o ante-penúltimo parágrafo do artigo de Narloch

Há casos mais absurdos. Na Páscoa de 2013, o chocolate Kinder Ovo levou pedradas na internet por ter produzido uma versão do chocolate com embalagem azul, para meninos, e outra rosa, para meninas. Em novembro do ano passado, a onda de ódio e intolerância passou por um dos cientistas da equipe da sonda Rosetta, aquela que pousou no cometa. Feministas execraram o cientista Matt Taylor porque ele usava uma camiseta estampada com imagens de uma loira de biquíni. O rapaz foi a público chorando, para dizer que não foi sua intenção ofender as mulheres.

A possível insanidade das feministas tenta se justificar por atos considerados intolerantes e munidos de ódio, segundo o colunista. A reflexão imposta sobre a questão de gênero e de reflexão da sociedade, como das cores rosa e azul, por exemplo, seria absurda. A crítica das feministas à imagem da mulher como objeto, mostra-se agressiva e sem escrúpulos na sua luta contrária à ciência.

A seguir, a análise do penúltimo trecho do artigo:

Com boa parte das feministas é impossível travar uma discussão elegante. Elas se eriçam diante da menor diversidade de opiniões. Se você não concorda com um ou outro argumento, é logo tachado de machista ou conservador. Tudo para elas é influência social, apesar do estudo de tendências evolutivas do comportamento humano ter revolucionado a economia, a psicologia e as ciências sociais nas últimas décadas. Não adianta **você** insistir que está vacinado contra a falácia naturalista, repetir que não há nenhuma obrigação em seguir ou aceitar tendências naturais. Elas vão logo achar que, ao falar em Darwin, você está dizendo que as mulheres devem ficar em casa cuidado dos filhos porque isso é natural.

O grupo das feministas é quase generalizado pelo seu discurso que não possui nada de elegante e, pasmem, sem diversidade de opiniões. E mais uma vez aponta para o desconhecimento evolutivo, como no primeiro texto analisado, intitulado *Quatro coisas que as feministas precisam entender sobre evolução da natureza humana*. Ao usar o pronome “você”, o colunista coloca o leitor como vítima da ignorância e prepotência das militantes feministas, mostrando maior proximidade ao leitor que, possivelmente, compactua da mesma ideologia apresentada por Leandro Narloch.

Segue o último trecho do artigo de Narloch:

O discurso padrão das feministas é tão primitivo e cheio de clichês que virou piada. O blog **Zambininha**, por exemplo, ironiza o olhar enviesado das militantes ao explicar tudo, das

marchinhas de carnaval ao jogo de xadrez, como exemplos de “opressão do patriarcado burguês, machista e falocrata”. Pasmem o leitor: diversas feministas levam os textos do blog a sério e os compartilham com elogios na internet. A caricatura virou realidade, como escreveu a jornalista **Katty Young**. *O feminismo se tornou sua própria caricatura: uma Irmandade das Eternas Ofendidas, mais interessadas em atacar os homens por pequenas ofensas que celebrar as conquistas femininas.* A intolerância e a paranoia de algumas feministas produzem o mesmo tiro no pé que ativistas liberais e antipetistas. São militantes tão estridentes na pregação, tão cheios de ódio e obcecados com a causa que viram motivo de piada. Afastam as pessoas que deveriam conquistar. Sabotam o próprio movimento.

Finalizando a análise do *corpus* escolhido nesta pesquisa, o colunista retoma a questão evolucionista apresentando a falta de desenvolvimento da mulher, da feminista, ao referir-se ao seu discurso como primitivo e inverossímil e sem senso de humor.

Concluimos que os artigos do colunista Leandro Narloch mostram um velado preconceito contra as feministas, que considera os homens superiores às mulheres. Esse tema deve ser mais dialogado com a sociedade para que essa imagem perca espaço, ao longo do tempo, uma vez que as mulheres tendem a ocupar posições cada vez mais equiparáveis às dos homens.

Considerações finais

Como objetivo geral desta pesquisa tivemos uma tentativa de contribuição com os estudos de valor argumentativo dos termos, dentro das construções de enunciados analisados, por meio de análise gramatical, amparando-nos na análise do discurso francesa, com os estudos Charaudeau e Maingueneau, ligados à linguagem como atividade dentro de um contexto. Já o principal interesse pela produção discursiva do poder, está ligado à Fairclough e Wodak (1989), mais precisamente nos estudos de Teun Van Dijk (2015) com os estudos de problemas sociais, como o racismo, na Análise Crítica do Discurso (ACD).

Cada lexia, cada expressão, não denota apenas um sentido encontrado nos dicionários, pois cada palavra possui a importância do momento em que foi enunciada e a força ideológica presente em quem a enuncia, assim como de quem a recebe.

De acordo com Van Dijk (2012, Discurso e contexto, p.238):

Por meio das palavras que usam, os falantes mostram suas identidades sociais, suas relações enquanto participantes, sua adaptação à audiência, seu estado de espírito, suas emoções, seus valores, suas opiniões e atitudes, seus propósitos, seu conhecimento e os tipos de situações (in)formais ou institucionais em que estão falando ou escrevendo.

Entre os objetivos específicos estiveram a pesquisa de autores que tratassem de ideologia na análise do discurso e entre eles estiveram os nomes Van Dijk (2015), mas a noção de ideologia foi construída juntamente com Fiorin (2005), Chauí (2008) e Heywood (2010), com as ideologias políticas. De acordo com Heywood, todos nós pensamos politicamente e “Tendo consciência ou não disso, as pessoas usam idéias e conceitos políticos sempre que expressam opiniões ou dizem o que de fato pensam”.

As colunas foram separadas a partir do blog vinculado na forma digital da Revista Veja. Escritas por Leandro Narloch, as três crônicas tratam de

assuntos relacionados ao movimento feminista, apresentado de maneira pejorativa pelo autor.

O intuito foi a análise dos textos no que diz respeito às expressões linguísticas, quanto a organização dos termos que nos enunciados foram usados no direcionamento às determinadas conclusões, que sinalizam seu posicionamento político-ideológico. De acordo Van Dijk (p. 144):

O discurso da elite pode constituir uma importante forma de racismo da elite. De maneira semelhante a (re)produção dos preconceitos étnicos que fundamentaram tanto essas práticas verbais como outras práticas sociais ocorre em grande parte através da escrita, da fala e da comunicação.

As elites, sejam elas corporativas, políticas, jornalísticas, irão exercer controle na vida das pessoas. A Revista Veja, nosso veículo de comunicação analisado nesta pesquisa, exerce grande influência em seus leitores, pois lança de argumentos vindos de autoridades jornalísticas, professores e pesquisadores para a formação de opinião de seus leitores que buscam a informação como meio de sucesso no mercado de trabalho, nos negócios – fato frisado pela própria revista.

As colunas analisadas apresentaram uma visão equivocada do papel da mulher em nossa sociedade – baseando-se em argumentos biológicos e generalizações – o autor apresenta uma aversão declarada aos questionamentos do movimento feminista.

Como destacado anteriormente nesta pesquisa, entre as principais motivações para a sua escrita, realizada por uma professora atuante na educação básica, está a proposta ilusória de uma escola isenta de ideologias, de diferentes posicionamentos, questionamentos, em que a política é colocada como algo a parte do ensino. Mas todos nós sabemos – ou deveríamos saber – que ela compõe as nossas práticas diárias, nossas ações, por mais simples que sejam e que cada julgamento, cada juízo de valor são compostos pelos diferentes discursos absorvidos ao longo de nossa vida. Caberia então a quem a formação - secundária à que possivelmente receberam de seus pais - de nossos alunos? Aos jornais impressos ou televisivos e as revistas de grande

tiragem? Mas estariam todos esses veículos isentos de ideologia? Seriam neutros? A formação vem de diferentes esferas, entre elas está crucialmente a escola e se dentro dela existirem questionamentos tidos como proibidos, generalizados, conduzidos pelo senso comum, realmente estaremos formando leitores críticos? A questão aqui não seria de ordem partidária, muito menos de imposição da escola, mas sim a de voltar a ser um espaço mais livre, pois se nela estamos nos preparando para um futuro em nossa sociedade, pensá-la num espaço neutro seria ir contra ao seu verdadeiro propósito.

Acreditamos que os resultados obtidos, assim como também os questionamentos levantados, abrem novas perspectivas de pesquisa para trabalhos futuros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Rubem. Filosofia da ciência: introdução ao jogo e suas regras. 12. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

AUGUSTI, Alexandre Rossato. Jornalismo e comportamento: os valores presentes no discurso da revista Veja. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. Dicionário de análise do discurso. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2008.

CHAUÍ, Marilena. O que é Ideologia. 2.ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2008.

DIJK, Teun A. van. Discurso e contexto : Uma abordagem sociocognitiva. (Tradução: Rodolfo Ilari). São Paulo: Editora Contexto, 2012.

DIJK, Teun A. van. Discurso e poder. (Judith Hoffnagel, Karina Falcone, organização) 2.ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015.

FIORIN, José Luiz. Linguagem e ideologia. 7. ed. São Paulo: Ática, 2003.

GONÇALVES, Maxlander Dias. Veja – Uma história do PT e do primeiro governo Lula sob a ótica das notícias. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, 2009.

HERNADES, Nilton. Análise de publicidade da revista Veja. São Paulo: USP, 2003.

HEYWOOD, Andrew. Ideologias políticas: do liberalismo ao facismo. São Paulo: ática, 2010.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. Argumentação e linguagem. 13. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

LUNA, S.V. Planejamento de pesquisa: uma introdução. São Paulo: EDUC, 1996.

MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

MELO, José Marques de. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3.ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MIRA, Maria Celeste. O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura do século XX. São Paulo: Olho d'Água/ Fapesp, 2001.

MOURA, Ranielle Leal. História das Revistas Brasileiras – informação e entretenimento. Guarapuava: Unicentro, 2011.

SANT'ANNA, Benedita de Cássia de Lima. A literatura na Revista Ilustrada após 13 de maio de 1888: Considerações. Belém: Universidade Federal do Pará, 2015.

SOUZA, Rogério Martins. A sedução do colunismo: Uma análise das colunas de Ancelmo Gois e Ricardo Boechat. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

Endereço eletrônico:

SADA, Juliana. Pesquisa da PUC: “a Veja e o anti-jornalismo”. Disponível em <<http://www.revistaforum.com.br/rodrigovianna/radar-da-midia/pesquisa-da-puc-veja-se-transformou-no-maior-fenomeno-de-anti-jornalismo/>>. Acesso em 11 de jul. de 2016.

ANEXOS

Quatro coisas que as feministas precisam entender sobre evolução da natureza humana

Não há motivo para feministas rejeitarem argumentos baseados na biologia, pois nada na natureza mostra que as mulheres estão fadadas a uma posição inferior

Por: Leandro Narloch 02/06/2016 às 11:20

1. Quando alguém diz que existe natureza humana, que homens e mulheres por natureza tendem a certos comportamentos, não está necessariamente dizendo que o natural é melhor. Isso seria cair na falácia naturalista. Constatar, por exemplo, que mulheres em geral se apegam mais a crianças pequenas é bem diferente de afirmar que “por isso as mulheres devem ficar em casa cuidado dos filhos”. A pessoa tem todo o direito de ignorar ou tentar contrariar pressões evolutivas.

2. Quando alguém diz que existe natureza humana, não está dizendo que instinto é destino. Rotweilers e pitbulls tendem obviamente à violência, mas não é difícil encontrar rotweilers e pitbulls mansos. O comportamento é um livro escrito pela metade. Nascemos com todos os capítulos um pouco escritos pela genética; o ambiente se incumbem de completá-los.

3. Quando alguém diz que existe natureza humana, não está entrando numa conversa conveniente aos homens. Pois em diversos pontos a seleção natural favoreceu as mulheres. Homens pagam mais no seguro de carro, sofrem mais quedas e acidentes e em qualquer tribo ou civilização que pingou pela história cometeram a maioria dos assassinatos. Também são a imensa maioria dos presidiários. Pois são naturalmente mais violentos, têm menor tolerância a injustiça e pouca aversão ao perigo.

4. Quando alguém diz que existe natureza humana, não está necessariamente utilizando esse discurso para justificar uma ou outra posição política. A liberdade científica exige que cientistas estudem e tracem conclusões sem ter de pensar nas implicações políticas de suas descobertas. Do mesmo modo,

feministas não devem rejeitar a psicologia evolutiva por acreditam que ela seja inconivente ao feminismo. O final do trecho abaixo, retirado do livro *The Evolution of Morality*, do filósofo Richard Joyce, resume bem essa história:

Suponha que a psicologia evolutiva revele que a mente humana é adaptada para viver num grupo familiar estendido. Por si só essa descoberta não justificaria esse comportamento, não mostraria que ele é inevitável, e sequer mostraria que esse modo de vida tem mais chances de nos fazer felizes. (Quem disse que a seleção natural prefere organismos felizes?) E mesmo que a psicologia evolutiva acabasse tendo implicações políticas, então que assim seja! O costume de deixar preferências políticas determinarem nossa aceitação a teorias científicas, de recusar uma teoria independentemente de sua base empírica só por causa do incômodo de suas implicações políticas, nunca mereceu, até agora, que eu saiba, um lugar entre as virtudes da investigação intelectual.

Quando se irritam com argumentos biológicos sobre o comportamento humano, feministas pensam dos teóricos racialistas do século 19. De lá para cá, no entanto, o debate avançou um bocado. Vale a pena se atualizar.

@lnarloch

<http://veja.abril.com.br/blog/cacador-de-mitos/feminismo/quatro-coisas-que-as-feministas-precisam-entender-sobre-evolucao-da-natureza-humana/>

Por que Dilma foi a pior da história

Bastava que Dilma dirigisse com cuidado e estaríamos bem. Mas ela preferiu dar cavalos de pau e se arriscar em ultrapassagens proibidas. Arruinou o Brasil por escolha consciente e declarada

Por: Leandro Narloch 11/05/2016 às 10:56

Há presidentes que pegam o país na lama e o devolvem na lama. São os políticos medianos que abundam pela história. Há presidentes que pegam o país no atoleiro e o conduzem a estradas pavimentadas. São os heróis, os estadistas. E há o caso de Dilma Rousseff.

Quando Dilma assumiu a presidência, o Brasil saboreava aquele alívio de quem entra na estrada de asfalto depois de quilômetros de solavancos da estrada de saibro. Tínhamos inflação controlada e superávit suficiente para diminuir a dívida aos poucos. Bastava que Dilma dirigisse com cuidado e estaríamos bem. Mas ela preferiu dar cavalos de pau e se arriscar em ultrapassagens proibidas.

Por escolha consciente e declarada, abandonou a matriz econômica que FHC criou e Lula mais ou menos manteve, arruinou as contas que o Estado, depois de décadas de esforço, enfim vinha conseguindo organizar. As pedaladas fiscais transformam em desconfiança o entusiasmo de analistas e investidores internacionais.

Publicidade

Em 2014, para convencer os eleitores de que estava no caminho certo, Dilma dirigiu com ainda menos prudência. Gastou dinheiro que não podia, só para ganhar a eleição. Conseguiu se manter ao volante, mas levou o país de volta ao atoleiro. Alguém pode dizer que a herança de Getúlio Vargas prejudicou o Brasil mais que o governo Dilma. É verdade – da CLT às estatais, ainda lidamos com problemas criados pelo caudilho. Mas é preciso dar um desconto a Getúlio. Ele respirava os ares da época – na Itália ou nos Estados Unidos, a novidade da década de 30 era criar uma máquina estatal pesada e poderosa.

Não foi o caso de Dilma. Ela desdenhou o arroz-com-feijão da política fiscal em nome de ideias obsoletas. Pior, quando ficou difícil de esconder o resultado de seus erros, Dilma adotou a estratégia populista de dividir o país e se dizer vítima da conspiração de elites. Mas foi ela quem mais beneficiou (via BNDES, barreiras alfandegárias e contratos superfaturados) as elites e oligarquias tradicionais.

Por isso tudo é razoável dizer que Dilma foi a pior presidente da história da República.

@lnarloch

<http://veja.abril.com.br/blog/cacador-de-mitos/politica/por-que-dilma-foi-a-pior-da-historia/>

Por que tantas feministas são doidas?

Por: Leandro Narloch 13/02/2015 às 10:44



Tempos atrás, uma amiga minha estava indignada porque, ao correr na ciclovia da Avenida Sumaré, em São Paulo, não parou de levar assovios e buzinas de motoristas e motoboys. Eram tantos que ela resolveu contar: foram 35 pequenos assédios em meia hora de exercícios.

Começo com essa história para dizer que sim, a vida das mulheres tem dificuldades – e seria legal se os homens mudassem alguns costumes. Ainda hoje tem gente – na internet e nos tribunais – aliviando a culpa de estupradores por causa do famigerado “mas ela estava de saia curta”. A favor de uma mudança de atitude há iniciativas positivas e propositivas, como a campanha **Chega de Fiu Fiu**.

O que me intriga é seguinte: por que, fora uma ou outra exceção, as militantes que defendem essas causas legítimas são tão históricas, voláteis, estridentes, paranoicas, desatualizadas, chatas, intolerantes, enfim, totalmente doidas?

Esta semana foi a vez de uma propaganda da Skol. Duas mulheres ficaram indignadas com a frase “Esqueci o ‘não’ em casa” do anúncio. Não há na propaganda nenhuma menção a mulheres ou a sexo, nenhum imperativo ou tentativa de imposição de regra, como haveria na mensagem “neste carnaval, não venha com essa de dizer ‘não’”. A frase do anúncio está em primeira pessoa, indicado escolha voluntária – e as próprias feministas dizem que não se deve recriminar as mulheres que optam por dizer “sim”. Como a propaganda é de cerveja, talvez o máximo de interpretação que se possa extrair dela é “tudo bem eu beber um pouco mais, pois é carnaval”. Mas as duas mulheres viram ali um episódio de atroz opressão machista. Completaram o cartaz com a frase “e trouxe o nunca” e se fotografaram com cara de indignadas em frente ao anúncio.

Há casos mais absurdos. Na Páscoa de 2013, o chocolate Kinder Ovo levou pedradas na internet por ter produzindo uma versão do chocolate com embalagem azul, para meninos, e outra rosa, para meninas. Em novembro do ano passado, a onda de ódio e intolerância passou por um dos cientistas da equipe da sonda Rosetta, aquela que pousou no cometa. Feministas execraram o cientista Matt Taylor porque ele usava uma camiseta estampada com imagens de uma loira de biquíni. O rapaz foi a público chorando, para dizer que não foi sua intenção ofender as mulheres.

Com boa parte das feministas é impossível travar uma discussão elegante. Elas se eriçam diante da menor diversidade de opiniões. Se você não concorda com um ou outro argumento, é logo tachado de machista ou conservador. Tudo para elas é influência social, apesar do estudo de tendências evolutivas do comportamento humano ter revolucionado a economia, a psicologia e as ciências sociais nas últimas décadas. Não adianta você insistir que está vacinado contra a falácia naturalista, repetir que não há nenhuma obrigação em seguir ou aceitar tendências naturais.

Elas vão logo achar que, ao falar em Darwin, você está dizendo que as mulheres devem ficar em casa cuidado dos filhos porque isso é natural.

O discurso padrão das feministas é tão primitivo e cheio de clichês que virou piada. O blog **Zambininha**, por exemplo, ironiza o olhar enviesado das militantes ao explicar tudo, das marchinhas de carnaval ao jogo de xadrez, como exemplos de

“opressão do patriarcado burguês, machista e falocrata”. Pasmem o leitor: diversas feministas levam os textos do blog a sério e os compartilham com elogios na internet. A caricatura virou realidade, como escreveu a jornalista **Katty Young**:

O feminismo se tornou sua própria caricatura: uma Irmandade das Eternas Ofendidas, mais interessadas em atacar os homens por pequenas ofensas que celebrar as conquistas femininas.

A intolerância e a paranoia de algumas feministas produzem o mesmo tiro no pé que ativistas liberais e anti-petistas. São militantes tão estridentes na pregação, tão cheios de ódio e obcecados com a causa que viram motivo de piada. Afastam as pessoas que deveriam conquistar. Sabotam o próprio movimento.

<http://veja.abril.com.br/blog/cacador-de-mitos/cultura/por-que-tantas-feministas-sao-doidas/>