

Guy Fawkes y *Veja*: las máscaras y los sentimientos de un relato transmediático

Carlos JÁUREGUI¹
carlosfjp@gmail.com
Elton ANTUNES²
eantunes@ufmg.br

(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

Enviado: 20 de abril de 2013

Evaluado: 24 de junio de 2013

Aceptado: 15 de julio de 2013

INTRODUCCIÓN³

En los últimos años una máscara se ha hecho cada vez más presente en distintos países, plazas y medios de comunicación: la máscara de Guy Fawkes, un conspirador inglés, que, junto con un grupo de católicos descontentos con la persecución religiosa durante el reinado de Jacobo I, se propuso volar el Parlamento en el año 1605.

La referencia a Guy Fawkes ha estado presente en fiestas populares de Gran Bretaña desde aquel entonces, pero, a partir de los años 1980, ha recibido diferentes apropiaciones en el mundo mediático, pasando por los *comics*, el cine e internet. Sea como la máscara utilizada por un controvertido héroe de historietas o películas, sea como símbolo de un grupo de ciberactivistas o simplemente como una especie de insignia de la indignación en actos de protesta, una presencia diseminada por contextos tan distintos podría desencadenar variados procesos de construcción de sentido.

A partir de esa primera observación, proponemos, de forma más específica, el análisis de una edición de la revista brasileña *Veja*, en que la máscara de Guy Fawkes aparece en la portada al lado del titular “Diez motivos para que la corrupción te

¹ Doctorando en Comunicación Social por la Universidad Federal de Minas Gerais, bajo la dirección del Prof. Dr. Elton Antunes y la financiación de la Coordinación de Perfeccionamiento de Personal de Nivel Superior (CAPES), Gobierno de Brasil. Becario CAPES para estancia de investigación en la Universidad Complutense de Madrid, bajo la dirección de la Prof.ª Dra. Cristina Peñarín.

² Profesor del Programa de Postgrado en Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Gerais. Becario de la Coordinación de Perfeccionamiento de Personal de Nivel Superior (CAPES) – Proc. n. 3779/11-4. Miembro del Grupo de Estudios e Investigación en Imagen y Sociabilidad (GRIS).

³ Una versión preliminar de este trabajo fue presentada durante el coloquio de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación “Narrativas transmediáticas y construcción de los asuntos públicos”, realizado los días 4 y 5 de febrero de 2013, en la Universidad Complutense de Madrid. Agradecemos a los participantes por las observaciones, comentarios y críticas. También agradecemos a los evaluadores de *Cuadernos de Información y Comunicación*, que, a través de informes muy pertinentes, han contribuido al perfeccionamiento de este artículo.

indigne” (Veja, 2011: 1, traducido) y de una lista con usos supuestamente más adecuados para el dinero que estaría siendo sustraído por políticos brasileños:



Portada de *Veja* (Veja, 26 de octubre de 2011: 1)

Al mirar la portada y su reportaje correspondiente, nos preguntamos sobre el rol que la máscara desempeña a lo largo de una argumentación que convoca al público de lectores a compartir el sentimiento de indignación y vincula la situación política brasileña con las diversas protestas que ocurrían por el mundo en aquel año.

De esa manera, interesa comprender cómo los sentidos que se pueden construir a partir de la máscara se aproximan o se distinguen de los sentidos que ella adquiere en los videos del grupo *hacktivista Anonymous*, en una protesta en contra del sistema financiero en Nueva York o en una manifestación contra la corrupción en Suramérica.

Partimos de una identificación inicial de significaciones de la “máscara de Guy Fawkes” y de la “indignación” para, a continuación, centrar nuestra mirada en *Veja*, tratando de observar qué significaciones pueden actualizarse en la edición analizada y qué efectos de sentido pueden surgir en ese proceso interpretativo. Asimismo, tendremos en cuenta las representaciones vinculadas a la revista y los contratos de lectura (Verón, 2005) que se suelen llevar a cabo entre la publicación y su público. Buscamos investigar en qué medida el uso discursivo de la máscara no funciona sólo como un “punto inicial de significación” —o sea, como la referencia a la realidad en el sentido más usual de la cultura periodística—, sino como el resultado de una red de textos, contextos e interpretaciones que la referencia a Guy Fawkes invoca en su circulación; en otras palabras, desde una perspectiva transmediática de la interpreta-

ción del sentido, pensamos la máscara como un punto de articulación de una multiplicidad de procesos semióticos que se dan por medio del periodismo.

TRANSMEDIALIDAD, RELATOS Y REDES TEXTUALES

Partimos del supuesto de que el texto periodístico es desde siempre una especie de narrativa transmediática que aborda algo que le sería exterior, que sobrepasa sus límites materiales. No obstante, esa referencialidad no se debe comprender desde una perspectiva ingenua que tomaría el periodismo como un espejo del mundo. Lo que se entiende por tal exterioridad es el hecho de que las narraciones periodísticas funcionen como extractos, o sea, partes de relatos mucho más amplios que circulan socialmente. Para que los textos periodísticos tengan sentido, necesitan establecer cierta coherencia en relación a esas narraciones sociales que se producen a través de diferentes medios.

Desde esta perspectiva, y sin una filiación estricta a los teóricos de la transmedialidad como es el caso de Henry Jenkins (2010), proponemos un enfoque de estudio descentrado del medio analizado (*Veja* en este caso), tratando de identificar cómo los textos se conectan a (y se componen a partir de) elementos exteriores y, por ello, posibilitan relatos más complejos y, consecuentemente, transmediáticos.

Proponemos una *mirada transmediática* que no se reduciría a la identificación de las formas como una narrativa se expande desde un determinado medio hacia otros soportes. Si tomamos como referencia la reflexión ricoeuriana sobre el relato (Ricoeur, 1989; 1995), podríamos afirmar que la transmedialidad que nos interesa no está en el ámbito inmanente del texto, sino en la intriga que se configura por su lectura, cuando la experiencia de los sujetos obtiene sentido. Aunque el filósofo francés no proponga una teoría sobre las narraciones transmediáticas, su reflexión —que relaciona la comprensión de los relatos con la experiencia práctica— es válida para pensar ese problema; a fin de cuentas, los procesos interpretativos, que ponen en contacto el mundo del texto con el mundo del lector, no se restringen a los límites materiales de un determinado medio. De ahí podemos inferir que la comprensión de la experiencia humana construirá a menudo intrigas mucho más complejas que las que caben en el espacio de un soporte.

Como la construcción de relatos depende de la puesta en relación de diferentes universos simbólicos, como señala Peñamarín (1999), los textos periodísticos sólo alcanzarían propiamente el estatus de relato a través de ese proceso de lectura y apropiación, que transpone fronteras simbólicas y materiales.

Desde ese punto de vista, adoptamos para la construcción de nuestro abordaje la noción de *red textual*, que propone que el problema del sentido y de los límites de un texto depende de su relación con otros (Abril, 2007), o sea, del reconocimiento de vinculaciones con algo que a los ojos desatentos podría parecer exterior al texto:

La teoría posbajtiniiana ha traducido el problema de los límites del texto como problema de fronteras y traspasos entre los textos, como cuestión de *intertextualidad*. El

texto debe dejar de ser concebido según la metáfora de la isla para entenderse según la metáfora del archipiélago. O aún mejor, según la de la *red textual*. (ABRIL, 2007: 82).

Tal filiación bajtiniana encontraría fundamentos en la noción de dialogismo, concepto vinculado a la idea de que todo enunciado sería una especie de “eslabón en la cadena de la comunicación discursiva” (Bajtín, 1999: 274). Ese carácter de réplica sería constitutivo del discurso y, por ello, el estudio de la construcción del sentido debería siempre incorporar la comprensión de las relaciones entre los enunciados:

(...) Orientado para su objeto, el discurso penetra en ese medio dialógicamente perturbado y tenso de discursos de otros, de juicios y de entonaciones. Él se entrelaza con ellos en interacciones complejas, fundiéndose con unos, aislándose de otros, cruzando terceros; y todo ello puede formar sustancialmente el discurso, penetrar en todos los extractos semánticos, complejizar su expresión, influenciar todo su aspecto estilístico. (Bakhtin, 1998: 86 - traducido).

Tal problema también ha sido ampliamente desarrollado por autores como Julia Kristeva (1978) y Roland Barthes (1987) bajo el concepto de *intertextualidad*. Mientras la filósofa búlgara retoma los estudios de bajtinianos para afirmar que “la palabra literaria no es un *punto* (un sentido fijo), sino un cruce de superficies textuales, un diálogo de varias escrituras: del escritor, del destinatario (o del personaje), o del contexto cultural” (Kristeva, 1978: 70 - traducido), el semiólogo francés desarrolla la metáfora del texto como un *tejido* –y como un productivo *tejer* de citas provenientes de la cultura: “Hoy en día sabemos que un texto no está constituido por una fila de palabras, de las que se desprende un único sentido (...) sino por un espacio de múltiples dimensiones en el que concuerdan y se contrastan diversas escrituras, ninguna de las cuales es la original” (Barthes, 1987: 53 - traducido).

Considerando tales reflexiones, podríamos afirmar que el objetivo de este artículo consistiría, entonces, en un intento de identificar diferentes sentidos suscitados por esa *red textual* (comprendida como *diálogo* o como *tejido*), a partir de los puntos de encuentro (o *nudos textuales*) que representarían *la máscara de Guy Fawkes* y la mención al *sentimiento de indignación*.

HÉROE O TERRORISTA: UNA BREVE ICONOGRAFÍA DE LA MÁSCARA DE GUY FAWKES

Desde una mirada intertextual, analizamos la edición de *Veja* de 26 de octubre de 2011, cuando la revista promete hacer un “análisis profundizado” (p. 79) del fenómeno de la corrupción política en Brasil, presentando causas y soluciones para el problema. El *corpus* recolectado para ello es la portada de la revista y las 13 páginas interiores correspondientes al tema destacado en su carátula (Veja, 2011: 79-92).

En este estudio, tenemos especial interés por los sentidos que pueden ser generados a partir de la máscara de Guy Fawkes. Para ello, haremos un breve recorrido sobre los diferentes usos que esa figura ha tenido en distintos textos desde que ese

personaje histórico fue condenado a muerte. De esa manera, queda claro que la referencia a esa máscara se entiende más como un punto de articulación entre textualidades convocadas por el discurso periodístico que como la “referencia” a un hecho concreto del mundo.

Esta breve iconografía puede tener su marco inicial en los propios registros históricos sobre Guy Fawkes, un inglés católico que se unió a un grupo de conspiradores decididos a enfrentar la persecución religiosa perpetrada por la monarquía británica (Fraser, 2004). Uno de los planes de ese grupo fue volar por los aires el Parlamento británico y, de esa manera, eliminar a Jacobo I, rey que había sido coronado dos años antes, dando continuidad al régimen anticatólico iniciado por Enrique VIII y prolongado por su hija Isabel I.

Aunque existan diferentes relatos sobre el fracaso del complot, la versión más difundida contaría que, en las primeras horas del 5 de noviembre, Guy Fawkes fue pillado en el subsuelo del Parlamento británico cargado de explosivos. Terrorista para algunos y revolucionario para otros, Fawkes se ha convertido en un personaje de gran importancia para la legitimación del régimen político británico, que pasó a celebrar el fracaso del complot cada 5 de noviembre. Conocida como Noche de las Fogatas, la fecha conservó durante siglos un “fervor casi místico” y un “sentimiento nacional de patriotismo mezclado con religión” (Fraser, 2004: 370). En esas celebraciones se hicieron frecuentes representaciones icónicas del conspirador: “Es Guy Fawkes quien (...) ha dado su nombre a las andrajosas figuras rellenas de paja y trapos que, en medio de la acera, ostentan un cartel que pide ‘un penique para este pobre hombre’ antes de ser ritualmente quemadas...” (Fraser, 2004: 367).

A lo largo del tiempo, la Noche de las Fogatas ha tenido diferentes desarrollos. Ha prácticamente desaparecido en los países colonizados por Inglaterra, pero se conservó con diferentes énfasis en el Viejo Mundo. En algunos lugares, la figura de Guy Fawkes mantuvo su centralidad, así como el tono anticatólico; mientras que, en otros, la celebración del 5 de noviembre se convirtió en un momento para “quemar” muñecos de personas públicas infames. Un ejemplo conocido fue la quema de la figura de la señora Thatcher, realizada en la ciudad inglesa de Lewes, en 1994 (Fraser, 2004).

La memoria del conspirador llega a un nuevo capítulo en 1980, cuando surge cubriendo el rostro del personaje “V” de la novela gráfica *V for Vendetta* escrita por Alan Moore y dibujada por David Lloyd (2010). Situada en un futuro distópico de los años 1990, la trama cuenta la trayectoria de un controvertido héroe de ideología anarquista dispuesto a derrocar el régimen fascista establecido en Inglaterra tras una guerra nuclear. Algunas décadas después, en 2006, los comics fueron adaptados para el cine, en la película que recibió el mismo nombre (*V de Vendetta* en España y *V de Venganza* en Hispanoamérica), bajo la dirección de James McTeigue (2006).

Pese a las innumerables diferencias entre los relatos de los comics y de la película, el uso de la máscara por el protagonista es un punto común, así como el hecho de que “V” logre realizar algo que Guy Fawkes no había podido: derribar el Parlamento inglés. Al final de la película, la población sale a la calle con la misma máscara de “V” para demostrar su apoyo al vengador de rostro desconocido y expresar un sentimiento compartido de reprobación hacia el régimen político del país (McTeigue, 2006).

Al observar, desde una perspectiva semiótica, el recorrido histórico de la referencia a Guy Fawkes, el carácter icónico de la máscara –como representación que busca similitud con los rasgos del personaje histórico– nos interesa menos que su carácter simbólico, es decir, las convenciones que pueden ser vinculadas a ese signo. Mientras en la Noche de las Fogatas la representación de Fawkes es tradicionalmente vinculada al terrorismo religioso, en *V de Vendetta* lo que se enfatiza es la lucha trabada por él contra un Estado opresor.

Con ello, podemos vislumbrar que el antiguo embate simbólico sobre las representaciones que deben o no ser vinculadas a la imagen de Guy Fawkes abre un nuevo capítulo, con nuevos elementos. Para comprender la dimensión de esa “lucha por el sentido”, es importante tener en cuenta que la máscara, bastante conocida entre los aficionados a los *comics*, alcanzó un público más amplio gracias a la película que, al final de 2006, logró una recaudación superior a los 130 millones de dólares (IMDB, 2013). Desde entonces, la imagen de Fawkes ha sido empleada de diferentes formas, sobre todo en protestas de distintos grupos sociales como una marca de la indignación en relación con acciones de gobiernos, de grandes corporaciones y del sistema financiero.

Entre las varias apariciones que ha tenido, se destaca el caso del grupo *Anonymous*, cuyos miembros usan sistemáticamente la máscara en videos que diseminan por internet, así como en protestas que realizan fuera de la red. En distintas protestas realizadas en los últimos años, como las grandes manifestaciones en Islandia, Túnez, Egipto, España y Estados Unidos, la máscara también estuvo presente. En algunos casos, fue una señal del apoyo de miembros de *Anonymous* a las causas, pero también fue una forma que los manifestantes (no necesariamente *hacktivistas*) han encontrado para expresar sus sentimientos y/o preservar sus identidades.

Y de la misma forma que utilizamos un vocabulario peirciano para acentuar el carácter simbólico de la máscara y las diferentes convenciones que se pueden vincular a ella, también hace falta señalar la importancia que tiene en nuestro análisis la concepción bajtiniana del “carácter internamente dialéctico” de los signos (Voloshinov/Bakhtin, 1992). Cuando señalamos el interés por los simbolismos atribuidos a Fawkes, creemos que, como cualquier signo, la máscara está inserta en una compleja disputa de sentidos. En el caso específico de *Veja*, interesa comprender cómo el embate simbólico se hace ver en su discurso y cómo determinadas posiciones enunciativas y estrategias discursivas contribuyen a ese proceso.

UN LUGAR PARA VEJA

Ese breve mapa de significaciones que pueden ser vinculadas a la máscara de Guy Fawkes no significa necesariamente que todas ellas estén de acuerdo con los posicionamientos editoriales de la revista estudiada. Se podría decir que, hasta el momento, este análisis no hizo más que un levantamiento de posibilidades de sentido que ese signo comportaría en cualquier situación y no en la lectura de *Veja* específicamente. Para acceder a una visión un poco más clara respecto a ese proceso de producción de sentido, se pueden aplicar distintas actitudes analíticas: se podría tra-

tar de comprender cómo los contratos de lectura configuran esa interacción, así como observar los indicios que la propia materialidad textual del *corpus* aporta para la construcción de una lectura preferente; una opción igualmente válida consistiría en estudiar la recepción, preguntando a los lectores mismos lo que entienden y sienten cuando tienen *Veja* en sus manos.

Entre esas opciones, optamos por una modesta combinación de las dos primeras actitudes, en un esfuerzo para comprender cómo las formas textuales se conectan al significado psicosocial de la interacción entre *Veja* y sus públicos.

Siendo la revista más vendida en Brasil, con un promedio de 1,2 millones de ejemplares por semana (Publiabril, 2013), *Veja* ha despertado la atención de distintos estudios útiles para una identificación de valores y expectativas que son frecuentemente convocadas en su lectura. Como pudimos observar en un trabajo reciente (Antunes; Jáuregui, 2012) y en estudios de França (2011), Vaz y Trindade (2011) y Birolí y Miguel (2012), la revista propone un discurso predominantemente conservador, desde el punto de vista de la actual estructura social y económica de Brasil. Es lo que se observa en el análisis de Renné França (2011: 60-61, traducido) respecto a la construcción de una memoria social a partir de *Veja*:

El análisis del espacio discursivo de la revista ha revelado un discurso conservador y crítico con los gobiernos (tal vez una herencia de la actuación de la revista en el régimen dictatorial). En un primer momento aparentemente de izquierda, *Veja* reveló su conservadurismo, y consecuentemente el conservadurismo de su grupo de lectores, tras el fin del régimen militar. El sentimiento de pertenencia de su comunidad de lectores pasa por el interés por una inmovilidad social y el mantenimiento de los valores de la clase media brasileña.

Considerando su lugar ideológico, sorprende el hecho de que *Veja* use en su argumentación la máscara de un revolucionario/terrorista, además de aludir a un contexto mundial de protestas que *a priori* tendrían valores muy distintos a los suyos.

En ese diálogo intertextual se identifican puntos de tensión donde se vislumbran fronteras simbólicas relevantes, sea por medio de los implícitos compartidos entre *Veja* y sus lectores, sea por el propio contenido expreso de la publicación. El primer párrafo del reportaje principal de la revista ilustra nuestra observación:

La máscara blanca con bigote y perilla negros de Guy Fawkes, usada por el justiciero solitario de la película *V de Vendetta* se ha transformado en el símbolo de los manifestantes que ocuparon las plazas de las principales ciudades del mundo en protestas en contra de la crisis económica. En el Brasil, donde la situación de la economía aún no se asemeja a las turbulencias de los países ricos, la misma máscara decora ahora las manifestaciones en contra de la corrupción (Veja, 2011: 79, traducido).

Al iniciar el texto de esa forma, *Veja* deja claro que no presentará cambios significativos en las opiniones que tradicionalmente ha expresado en sus páginas. Es importante tener en cuenta que las principales protestas que ocurrían por el mundo —como las manifestaciones en Islandia, la llamada Primavera Árabe, el 15M en

España y el movimiento *Occupy* en Nueva York y Londres, por ejemplo— planteaban transformaciones radicales en la organización social y económica de esos lugares y, quizás, de todo el mundo. En lugar de reforzar esa crítica al sistema neoliberal o a una crisis de las instituciones supuestamente democráticas, *Veja* propone otro blanco para las protestas que deberían realizarse en Brasil: la corrupción política.

Si en este punto, retomamos la iconografía de la máscara de Guy Fawkes, llamará la atención la ausencia de cualquier mención a *Anonymous* en las páginas de la revista. No se discute en ningún punto del reportaje la actuación de ese grupo que usa esa máscara de forma más sistemática, ni el actual contexto de *hacktivismo* y de reivindicación de libre circulación de ideas en internet. De hecho, la propia forma textual utilizada en el inicio del reportaje —“la misma máscara ha pasado a *decorar*” (p.70)— señala la referencia a la máscara no como posibilidad de proporcionar a aquellos manifestantes una condición de partícipe de una acción o personalidad colectiva que se dice responsable por sus actos, sino como un elemento de una representación teatralizada. La máscara, los enmascarados y el público de la revista —enmascarado por la portada de la publicación—, en vez de disputar valores y objetivos, son agrupados por un mismo sentido que la revista plantea⁴. La portada/máscara parece modelar un gesto de la revista en relación con lo que ella elige como un “adversario común”, que atraviesa el imaginario político: la corrupción y los corruptos. Es lo que parece revelar la fotografía de un “asustado” ministro de Estado acusado de corrupción, ubicada en el ángulo superior derecho de la portada, como si estuviera mirando hacia la máscara amenazadora.

La “media-máscara” que figura en la portada de *Veja* con rayas en color verde y amarillo —que remiten a la bandera de Brasil— convoca diferentes lecturas y conecta el texto de la revista a un contexto de protestas masivas. Y, para organizar un universo tan complejo, además de señalar un adversario común, la revista propone un sentimiento supuestamente común: la indignación. En este punto nos preguntamos: si el lugar ideológico de la publicación parece distanciarse en muchos aspectos de los movimientos de indignados que se realizaban por todos los rincones del mundo⁵, ¿cómo se caracterizaría la indignación expresada por *Veja* y propuesta a sus lectores? ¿Cuál es su objeto y cuáles son sus fundamentos?

⁴ Aunque nuestro breve ejercicio de iconografía se haya concentrado en la figura de Guy Fawkes, no podemos ignorar que estamos tratando de una máscara, un objeto presente en diferentes prácticas humanas; un artefacto ambiguo, que hace un juego entre el mostrar y el ocultar, y que se muestra como un duplo con ideales “secretos” que no se pueden explicitar totalmente (Huizinga, 2007). *Veja* se viste con una máscara con significados anarquistas, pero debajo de ella (y en sus páginas interiores) revela otros valores.

⁵ Los movimientos de ocupación del espacio público realizados en los primeros años del decenio del 2010 fueron usualmente designados como “los indignados”, sobre todo en el caso de España, donde parte significativa de los jóvenes que ocuparon la Puerta del Sol, en el centro de Madrid, reconocen una influencia directa del libro *¡Indignaos!* de Stéphane Hessel (2011), con sus ideas sobre la desigualdad social, el capitalismo financiero, la democracia y la insurrección pacífica (Castells, 2012).

LA INDIGNACIÓN Y LA PROBLEMÁTICA DEL *PATHOS*

Cuando reflexionamos sobre la indignación entramos en el peliagudo campo de los afectos; fenómenos que, desde hace muchos siglos, han presentado retos a diferentes áreas del pensamiento, en las ciencias humanas, sociales y biológicas.

Al observar el estado del arte de los estudios sobre el *pathos*⁶, compartimos una actitud epistemológica que rechaza una antigua concepción dualista que opondría radicalmente razón y emoción, como si fueran fenómenos totalmente contrarios y desvinculados. Si nos concentramos de forma específica en los estudios periodísticos, también evitamos una mirada que consideraría la afectividad como una amenaza al ideal periodístico de objetividad e imparcialidad, porque consideramos la afectividad como un componente intrínseco a todas las relaciones humanas.

Esa posición teórica se basa en una literatura que recorre desde el campo de la filosofía hasta la neurobiología, pasando por estudios de comunicación, lenguaje y ciencias políticas⁷. Y, aunque se encuentren incontables diferencias entre las ideas de un panorama teórico tan amplio, se puede observar una importante convergencia cuando se señala –con diferentes grados de énfasis– la existencia de una dimensión evaluativa del *pathos*⁸. En ese sentido, destacamos el trabajo de autores como Wenceslao Castañares (2006) y Herman Parret (1995), que, basados en exhaustivos trabajos de repaso y crítica de las teorías occidentales sobre la afectividad, presentan convincentes argumentos en contra de una separación radical entre *logos* y *pathos*.

Castañares (2006) observa que, a pesar de que las tradiciones platónica, estoica y cristiana (en gran medida) vean las pasiones como amenazas al buen razonamiento, otras formas de pensar el problema existen desde los tiempos de Aristóteles; este, por ejemplo, no consideró que sentir una pasión sería necesariamente bueno o malo, pues el problema estaría en la forma como el sujeto la siente, sobre todo en situaciones de exceso o falta del sentido pasional (Castañares, 2006: 52). En su recorrido teórico, que incluye desde observaciones sobre el papel de las emociones en el

⁶ No diferenciaremos, en este trabajo, las nociones de afecto, emoción, pasión y sentimiento. Por el momento, usaremos esas palabras indistintamente, echando mano del término griego *pathos* y sus derivados para referirnos a la afectividad de manera más amplia. El término *patemización* tiene relación con el engendramiento de efectos de sentido de naturaleza afectiva por medio del lenguaje.

⁷ En el campo de la comunicación mencionamos los trabajos de Castañares (2006), Peñamarín (1995 y 1996), Quéré (1991), Saiz (2012) y Tétu (2004). En filosofía, nos sirven como fundamento sobre todo las obras de Aristóteles (2007), Descartes (2005), Hume (2001), Sartre (2007), Spinoza (1984) y Parret (1986). En los estudios del lenguaje y discurso son especialmente importantes los trabajos de Abril (2007), Charaudeau (2010); Emediato (2008); Greimas y Fontanille (1991); Fontanille y Zilberberg (2001); Landowski (2004), Plantin, (2010) y Savan (1981). En el campo de las ciencias políticas: Bickford (2011) y Krause (2008). En neurobiologías, Damasio (2010). Hacemos un recorrido crítico por esas lecturas en trabajos anteriores como Jáuregui (2012) y Antunes y Jáuregui (2012).

⁸ Incluso autores tradicionalmente identificados con una visión que relaciona las emociones con las enfermedades, como es el caso de Descartes (2005), pueden recibir otras lecturas, si se consideran sus obras dedicadas específicamente a la problemática del *pathos*. La forma como ese filósofo racionalista describe las situaciones que originarían cada emoción acaba demostrando que existe una lógica subyacente a ellas. Esa diferente lectura del filósofo será presentada en las próximas páginas, cuando mencionamos sus reflexiones respecto al *pathos* de la indignación.

método abductivo de C. S. Peirce hasta la *lógica del corazón* de Pascal y la noción de inteligencia emocional de la psicología contemporánea, llama la atención, sobre todo, el relieve concedido al pensamiento humeano, como un hito para la superación de la tradicional separación *razón vs. pasión*: “la posición de Hume (...) es que la pasión no es por sí misma irracional (o mejor, irrazonable). La pasión es irrazonable cuando va acompañada de un juicio que sí lo es” (Castañares, 2006: 56).

También oponiéndose a esa dicotomía, el filósofo y semiótico Herman Parret (1995) propone un enfoque basado en la *razonabilidad* del *pathos*:

La concepción que defiendo es la de que el juicio es en sí mismo “pasional”, que el raciocinio es en sí mismo afectivo. Mi argumentación llega a la conclusión de que el juicio y el razonamiento se realizan a partir de conceptos-valores y tienen el aspecto de una demostración y, sobre todo, de una justificación. Los conceptos-valores están constituidos por las disposiciones de la pasión y por sus evaluaciones. (...)

A partir de esta primacía de la valoración, que cubre no sólo la razón sino también la pasión, trataremos de comprender ahora cómo el *pathos* es *razonable*... (Parret, 1995: 245).

Desde esta perspectiva se considera que, de la misma forma que se encuentran fundamentos (*razones*) para una operación aparentemente lógica –y esas razones, a su vez estarán basadas en algo– las pasiones también tendrán sus *razones* (fundamentos). Y por la afirmación de que el propio juicio es pasional, se comprende que tanto la búsqueda de las *razones* de las *razones* como la búsqueda de las *razones* de las *pasiones* acabarán por encontrar fundamentos afectivos que, de una forma o de otra, modularían la relación entre sujeto y mundo. Al igual que “nuestras pasiones influyen en nuestros ‘hábitos judicativos’, nuestros juicios determinan los estados y el desenvolvimiento de nuestra vida pasional” (Parret, 1986: 244).

No obstante, es menester tener en cuenta que el defender el carácter evaluativo y normativo de la afectividad no implica afirmar que los individuos tendrían el control sobre sus pasiones y tampoco significa negar las diferencias entre una operación predominantemente racional y una predominantemente emocional:

Las pasiones son *evaluativas*: toda pasión es juicio, pero un juicio anterior a la reflexión y deliberación. Decir esto es ciertamente más que decir que las pasiones son intencionales y que desarrollan programas en función de la realización de un objetivo “conocido” (como objeto a causa de la pasión). Es también más que afirmar que la pasión presupone cierto conocimiento, ciertas creencias, ciertos juicios. La “luz” a través de la cual el sujeto de una pasión “ve” el objeto, *incluye* una evaluación que no da al sujeto la posibilidad de utilizar una escala de medida, a no ser en los casos más objetivos. Pero la evaluación permanece más subjetiva que objetiva, estando ligada al aspecto apetitivo de la pasión; a saber, que la emoción es de hecho dirigida por un *deseo* que oscurece inmediatamente toda cognición pura⁹. (Parret, 1986: 245).

⁹ Por el sendero de las filosofías de Spinoza y Locke y de la semiótica de Greimas y Fontanille, Parret considera el *deseo* (o la *atracción* entre sujeto y objeto) como la chispa fundadora de toda la afectividad.

La afectividad, por lo tanto, tendría participación en todas las operaciones lógicas y comunicativas. Como define Vanesa Saiz (2012: 112-113), “las emociones son espacios de mediación semiótica [...] centrales en la moral, en la ética y en la práctica política, puesto que regulan nuestra vida social y permiten definir los fines y las prioridades de los sujetos”.

A partir de este punto de vista, observaremos la indignación manifiesta en las páginas de *Veja* tratando de identificar sus *razones* (y su carácter de mediación semiótica), así como la forma cómo ese *pathos* dialoga con un contexto mundial de protestas. Haremos primero un breve repaso de las reflexiones respecto a ese *pathos*, para, a continuación, tratar de situarlo en los días actuales y en las páginas de la revista.

Una primera huella para la comprensión de ese sentimiento está en el segundo libro de la *Retórica* de Aristóteles, dedicado al rol de las pasiones en la argumentación:

Opónese principalmente a compadecer lo que se denomina indignarse (...) Ambos sentimientos son propios de un carácter honesto, pues debe uno condolerse y compadecerse de los que son desgraciados sin merecerlo e indignarse contra los que son injustamente felices, porque es injusto lo que acontece contra lo merecido; por eso, también atribuimos la indignación a los dioses (Aristóteles, 2007: 184).

En oposición a la compasión dirigida a alguien que pasa por un sufrimiento desmerecido, la indignación se dirige a personas que obtienen algo que no les sería apropiado. Para Aristóteles, ese *pathos* estaría íntimamente vinculado a una evaluación sobre aquello que es digno y aquello que no lo es.

Por un camino semejante continuó siglos después el filósofo racionalista René Descartes. Para él, la indignación se produciría a partir de la combinación de las pasiones primitivas de la tristeza y del odio, guardando proximidad con la envidia, además de relación con la idea de dignidad y merecimiento:

La indignación es una especie de odio o de aversión que se tiene por naturaleza contra los que hacen algún mal, sea del tipo que sea; generalmente va unida a la envidia o la piedad, pero, en cambio, tiene un objeto muy diferente, pues sólo nos indignamos contra los que hacen bien o mal a las personas que no lo merecen, mientras que sentimos envidia por los que reciben dicho bien y piedad por los que sufren el mal. Es cierto, de todo modos, que poseer un bien no merecido es ya, en cierto sentido, hacer mal; probablemente esta es la causa de que Aristóteles y sus discípulos, suponiendo que la envidia es siempre un vicio, dieran el nombre de indignación a la que no es viciosa (Descartes, 2005: 176-7).

También perteneciente al racionalismo moderno, Baruch de Spinoza reconoció el odio y la tristeza como fundamentos afectivos de la indignación, una vez que la indignación es el “odio por alguien que ha hecho mal a otro...” y “... el odio es una tristeza acompañada por la idea de una causa exterior” (Spinoza, 1984: 247-250).

Aunque sea posible construir un panorama filosófico mucho más amplio y profundizado sobre la indignación, creemos que los fundamentos aportados por estos autores, están presentes hasta el día de hoy en el pensamiento occidental. Con todas

las variaciones que el término pueda tener en función de lengua, cultura y época, parece haber una permanencia de la noción de indignación como un sentimiento moral, relacionado con la idea de injusticia y del mal hecho a alguien. Esto se observa en la formulación construida en el campo de la psicología moral por Yves de la Taille (2006: 123, traducido): “se trata de un fuerte sentimiento negativo, muy próximo a la cólera, desencadenado por un juicio negativo hecho por quien lo experimenta, siendo que tal juicio es de orden moral...”. Y, en el campo de los estudios sobre las emociones en el discurso, más próximo de nuestros cuestionamientos, Patrick Charaudeau (2010) ve la indignación como una antipatía dirigida hacia un sujeto (un *malhechor* o un *oponente*) que hace mal a alguien (una *víctima*).

A partir de este corto recorrido por el campo del *pathos* y un bosquejo epistemológico sobre la indignación, proponemos dos caminos metodológicos complementarios y mutuamente implicados para comprender cómo la indignación se construye en *Veja*. Uno de esos caminos se basa en la noción de *pathos razonable* de Parret (1986) y tiene el objetivo de identificar los valores (*razones* del *pathos*) activados (y transgredidos) en la construcción de ese sentimiento. El otro consiste en lanzar una mirada semiótica a las relaciones construidas entre el sujeto que siente la indignación –como víctima de un gesto inmoral o como alguien simpático a la víctima– y ese otro sujeto que efectuaría la ofensa. De entrada sería posible observar que, en las situaciones de indignación, habría la presencia de los roles actanciales de *oponente* y *víctima* (y en algunos casos un *ayudante* que se compadece por el sufrimiento de un tercero)¹⁰. En un nivel más concreto del texto, esperamos encontrar los roles temáticos del *indigno* y del *indignado* –este último sería un sujeto (que se cree) digno y que es llevado a un estado de indignación.

INDIGNOS E INDIGNADOS

Teniendo en cuenta la concepción greimasiana de que el relato es una compleja puesta en escena de valores (Greimas, 1983), optamos por iniciar el análisis desde el enfoque narrativo, que funcionará como una primera aproximación a las *razones* (*conceptos-valores*) de la indignación en el discurso. De esa manera, observamos que, en *Veja*, los roles actanciales (*oponente* y *víctima*) o temáticos (*indigno* e *indignado*) se vinculan respectivamente a las figuras del “político corrupto” y de las “personas honestas” (p. 79). A partir de ese conflicto inicial, *Veja* surge como un *ayudante*, que se propone luchar al lado del ciudadano e informarlo sobre la corrupción política, para que se pueda ejecutar un programa de venganza. Desplazando la perspectiva de análisis, cuando destapa los esquemas ilegales de actuación de los corruptos, *Veja* también ejecutaría el rol de *retribuidor* (o *destinador*, en el vocabulario greimasiano) que los juzga y los *sanciona cognitivamente*; la *sanción pragmática* sería concretada por medio de la venganza a ser ejecutada por el pueblo.

¹⁰ Charaudeau (2008; 2010) propone los arquetipos actanciales de *agresor* (*malhechor*), *oponente*, *víctima* y *retribuidor* con base en la terminología creada por Vladimir Propp, en su estudio sobre los personajes del cuento maravilloso y en la gramática actancial desarrollada en los trabajos de Algirdas J. Greimas.

La idea de venganza también se manifiesta en diferentes lugares del reportaje (tanto en el plano verbal, con dos menciones explícitas, como a través de la máscara de *V de Vendetta/Venganza*, que aparece más de diez veces en sus páginas), lo que revela la expectativa de que el pueblo brasileño concrete la *sanción pragmática*. Si consideramos que, en su estudio sobre la cólera, Greimas (1983a) señala el *programa narrativo de venganza* como una tendencia de acción para el sujeto colérico, sería posible observar que, en el discurso de *Veja*, indignación y cólera llegan al punto de confundirse.

Si bien no tenemos el propósito de hacer un análisis semiótico del escenario de protestas masivas aludido por *Veja* (un trabajo demasiado amplio para las pretensiones de este artículo), podemos esbozar un mapa de sentidos similar al desarrollado respecto a la máscara de Guy Fawkes. Al fin y al cabo, al igual que esa máscara, el término “indignación” ha estado circulando socialmente con distintos sentidos y objetos.

Con base en la descripción de las protestas en Islandia, Túnez, Egipto, España y Nueva York presentada por Manuel Castells (2012), se pueden identificar algunas diferencias en la forma como se relacionan los roles temáticos de *indignado* e *indigno*. Además de una oposición entre el honesto y el corrupto (también presente en ese escenario de manifestaciones), parecía haber un posicionamiento de los pueblos (sobre todo los jóvenes) en contra de instituciones gubernamentales que ya no serían capaces de representarlos adecuadamente, de un sistema financiero que concentra riquezas en manos de un número reducido de personas y de medios de comunicaciones igualmente controlados por grupos restringidos:

Ocurrió cuando nadie lo esperaba. En un mundo presa de la crisis económica, el cinismo político, la variedad cultural y la desesperanza, simplemente ocurrió. De pronto, la gente derrocaba dictaduras sólo con sus manos, aunque estuvieran cubiertas con la sangre derramada por los caídos. Los magos de las finanzas pasaron de ser objeto de envidia pública a objetivo del desprecio universal. Los políticos quedaron en evidencia como corruptos mentirosos. Se denunció a los gobiernos. Los medios de comunicación se hicieron sospechosos. La confianza se desvaneció. Y la confianza es lo que cohesionaba a una sociedad, al mercado y a las instituciones... (Castells, 2012: 19).

El contrastar el contexto mundial de protestas con el discurso de *Veja* hace evidente que diferentes personajes ocupan los roles actanciales y temáticos vinculados al *pathos* de la indignación. Esa diferencia tendrá conexiones relevantes con la próxima etapa de este análisis *patémico*, en que trataremos de encontrar los *conceptos-valores* (*razones*) que basan ese sentimiento.

LAS CONFUSAS RAZONES DE LA INDIGNACIÓN

Si combinamos la perspectiva narrativa con la propuesta del *pathos razonable*, tratando de identificar las *razones* para la indignación, o sea, los valores que son transgredidos para que se plantee ese sentimiento, accedemos a un terreno de análisis rico y complejo. Castells (2012) posibilita inferir algo en este sentido, pues, de

acuerdo con su relato, la libertad de expresión y opinión (especialmente en el mundo árabe), así como una mayor participación en la administración pública, una distribución más justa de la riqueza –a partir del enfrentamiento con un sistema económico neoliberal y con gobiernos que estarían desmontando un estado del bienestar social (sobre todo en Europa)– serían los principales motores de la indignación expresada en las plazas. Se puede observar entonces una oposición entre los valores de *concentración* (disfórico) vs. *distribución* (eufórico), siendo que este último término, vinculado a la idea de justicia social, fue transgredido por los poderes políticos y económicos al punto de generar la *indignación*.

En el caso de *Veja* esos valores –que también se pueden interpretar como una oposición semántica de base en el sentido greimasiano– se concretan de una forma mucho menos compleja. La corrupción se muestra como el principal (si no el único) objeto de su argumentación desde la portada, donde se presentan 10 formas de aplicar mejor los recursos desviados por políticos (la lista incluye acciones como el coste de sesiones de quimioterapia, la inversión en transporte público o la erradicación de la miseria). Y, aunque esa lista pueda dar a entender que la publicación apoye la idea de un Estado de bienestar social, *Veja* deja claro, a lo largo de sus páginas, que lo que más le indigna no es exactamente el bienestar del ciudadano, sino el despilfarro del dinero recaudado con los impuestos –representado en la figura de “nuestro dinero” (p. 79). Esa situación generaría “pérdidas al ciudadano, que paga sus impuestos y recibe un servicio inadecuado” (p. 80).

La importancia de “nuestro dinero” en el discurso de *Veja* se puede comprender mejor cuando la revista señala la “hipertrofia del Estado” (p. 80) como una de las principales causas de la corrupción y sostiene el argumento mencionando el alto número de personas en puestos de confianza. Además, informa que “hay en Brasil 120 millones de personas viviendo exclusivamente de vencimientos recibidos de la Federación, de los estados y municipios” (p. 80). Al desarrollar esa lógica, *Veja* desconsidera la existencia de países que combinan una máquina estatal robusta con bajos índices de corrupción (el caso de las naciones nórdicas) y señala a países como Inglaterra y Estados Unidos de ejemplos de honestidad gracias a su modelo liberal.

En resumen, de acuerdo con *Veja*, la solución para una supuesta crisis moral instaurada en la vida pública brasileña no estaría relacionada con el abandono de una estructura económica y política indiferente a la garantía de derechos humanos y sociales. Al contrario, el camino adecuado sería el perfeccionamiento de un sistema neoliberal y su ideal de Estado mínimo.

La comprensión de “nuestro dinero” como un objeto investido de valor en el discurso de *Veja* remite nuevamente a la dimensión narrativa, una vez que el término “nuestro” se refiere a la víctima indignada, que se incluiría en el grupo de “los hombres de bien”. De esa manera, se busca una identificación entre las “personas honestas” mencionadas en el texto con el lector que es interpelado cuando *Veja* presenta “10 motivos para que la corrupción te indigne” (p. 1). A partir de la apuesta de que el público se reconocerá en el grupo de las “personas buenas”, podemos, incluso, retomar la concepción aristotélica de la indignación, relacionando ese *pathos* con una evaluación sobre lo que es digno: “... en general, los que se tienen a sí mismos por dignos de aquellas cosas de las cuales no juzgan dignos a los demás, son pro-

pensos a la indignación contra ellos y por estas razones” (Aristóteles, 2007: 187).

Al fin y al cabo, se construye una evaluación según la cual los actuales representantes de los ciudadanos, o sea, los políticos en ejercicio, no son dignos de ocupar esos puestos y, sobre todo, de administrar “nuestro dinero”. Se podría, entonces, plantear otra oposición además (o en el lugar) de *concentración* vs. *distribución*: los valores *vicio* vs. *virtud*, fundamentales para la argumentación de la revista, que clama por la “venganza” de los *dignos* en contra de los *indignos*. O sea, ya no interesa tanto si la riqueza se encuentra concentrada o repartida; lo que interesa es si quien la detenta es suficientemente digno para ello. Aunque la oposición *vicio* vs. *virtud* también pueda ser identificada en otros relatos de indignación, por el propio carácter moral del sentimiento, llama la atención la primacía que tiene en el discurso de *Veja*.

APUNTES FINALES: DE VUELTA A VEJA Y A SUS LUGARES

La importancia de *Veja* tanto en el mercado editorial brasileño como en la vida política del país es incuestionable. Los más de 40 años de existencia, su significativa circulación y su dedicación histórica a la cobertura política hacen que, además de ser un objeto de investigación privilegiado, sea objeto de interés hasta para lectores, ciudadanos y medios de comunicación que tengan posiciones contrarias a ella. Como señalan Vaz y Trindade (2011), cuando identifican los múltiples diálogos (y, a veces, batallas) que las portadas de revistas semanales de información traban cuando se encuentran lado a lado en un quiosco revistero, existen maneras muy diversas para que el texto de una revista circule y sea apropiado. Y, aunque *Veja* proponga un sentido preferente para la máscara de Guy Fawkes y la indignación, no será capaz de impedir que diferentes relatos sean contruidos a partir de esas referencias que circulan de forma tan masiva en diferentes medios –narrativas que sobrepasan los límites de sus páginas y se suman a relatos más amplios (y transmediáticos) sobre la actual situación de los poderes políticos y económicos.

Sería plausible decir que la revista se presenta –y trata de circular socialmente– en la condición de “vengadora”, de “justiciera”, una figura fuertemente presente en el imaginario social. De esa manera, su indignación se encuentra sostenida por una “ética de la venganza”, que surge como punto de contacto para ubicar distintos públicos en un lugar compartido de “defraudado”, “rebelde”, “juez” y “detentador de la verdad”.

Como señala Abril (2007), la manera cerrada como los textos se presentan y señalan una lectura final es un síntoma de una operación de poder que se trata de realizar. Sin embargo, la experiencia de la lectura no puede resumirse a los límites materiales del texto o a estrategias argumentativas limitadoras. Retomando las nociones de mapa y relato (Peñamarín, 1999), creemos que el acto interpretativo construye relatos que sobrepasen las fronteras señaladas en un plano cartográfico.

Es cierto que, para algunos, la portada de *Veja* podrá representar un sentimiento compartido de indignación contra los corruptos de Brasil; sin embargo, para otros, más identificados con la indignación de Hessel y de los indignados de Madrid, la

argumentación de *Veja* podrá representar un extracto muy incompleto (tal vez distorsionado) de un relato más complejo sobre los problemas que enfrentan nuestras instituciones y sociedades en el mundo actual. Quizás aún, la portada vengadora de *Veja* podrá servir como provocación a grupos que tengan posiciones distintas.

BIBLIOGRAFÍA

- ABRIL, Gonzalo (2010). *Análisis Crítico de textos visuales: mirar lo que nos mira*. Madrid: Síntesis.
- ANTUNES, Elton; JÁUREGUI, Carlos (2012). “Veja e a máscara da indignação”. *Interin*. Curitiba, v. 14, n. 2, jul./dez. 2012, pp. 65-82.
- ARISTÓTELES (2007). *El arte de la retórica*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- BAKHTIN, Mikhail (1998). *Questões de literatura e estética: a teoria do romance*. São Paulo: Hucitec.
- BAJTÍN, M (1999). *Estética de la creación verbal*. Madrid: Siglo XXI.
- BARTHES, Roland (1987). *O Rumor da língua*. Lisboa: Edições 70.
- BICKFORD, Susan (2011). “Emotion Talk and Political Judgment”. *The Journal of Politics*, 73:4 (October 2011), pp. 1025-1037.
- CASTAÑARES, Wenceslao (2006). *La televisión moralista. Valores y sentimientos en el discurso televisivo*. Madrid: Editorial Fragua.
- CASTELLS, Manuel (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHARAUDEAU, Patrick (2008). *Linguagem e discurso*. São Paulo: Contexto.
- (2010). “A patemização na televisão como estratégia de autenticidade”. En MACHADO, Ida; MENDES, Emília (Dirs.). *As emoções no discurso*. Campinas: Mercado das Letras, vol. 2.
- DAMASIO, Antonio (2010). *El error de Descartes*. Barcelona: Crítica.
- DESCARTES. René (2005). *Las pasiones del alma*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- EMEDIATO Wander (2008). “Os lugares sociais do discurso e o problema da influência, da regulação e do poder nas práticas sociais. En Lara, Gláucia et AL (Dirs.). *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, v. 1. pp. 71-92.
- FRANÇA, René (2011). *40 Anos em Revista: representações e memória social nas capas de Veja*. Tesis de doctorado presentada al Programa de Posgrado en Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Gerais. Director de tesis: Paulo Bernardo Vaz.
- FRASER, Antonia (2004). *La conspiración de la pólvora: catolicismo y terror en la Europa de 1605*. Madrid, Turner.
- FONTANILLE, Jacques; ZILBERGERG, Claude (2001). *Tensão e significação*. São Paulo: Discurso Editorial: Humanitas/FFLCH/USP.
- GREIMAS, Algirdas J. (1983). *Du sens II: essais sémiotiques*. Paris: Éditions du seuil, 1983.
- , A. J. (1983b): *La semiótica del texto: ejercicios prácticos: análisis de un cuento de Maupassant*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- GREIMAS, Algirdas J. & FONTANILLE, Jacques (1991). *Sémiotique des passions: des états de choses aux états d'âme*. Paris: Éditions du seuil.
- HESEL, Stéphane (2011). *¡Indignaos!* Barcelona: Ediciones Destino.
- HUIZINGA, Johan (2007). *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva.
- HUME, David (2001). *Tratado de la naturaleza humana*. Albacete: Libros en la red (Diputación de Albacete).

- IMDB (2013). Internet Movie Database. < http://www.imdb.com/title/tt0434409/?ref=sr_1>. Acceso en 19 de enero de 2013.
- JÁUREGUI, Carlos (2012). “Razões e paixões da indignação no jornalismo”. En LIMA, Cristiane; JÁUREGUI, Carlos; SILVA, Polyana I. R.; SALGADO, Tiago B. (ed.). *Comunicação e desafios metodológicos*. Belo Horizonte: FAFICH/UFMG.
- JENKINS, Henry (2010). “Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus” *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. Vol. 24, No. 6, december 2010, pp. 943–958.
- KRAUSE, Sharon R. (2008). *Civil passions: moral sentiments and democratic deliberation*. Princeton: Princeton University Press.
- KRISTEVA, Julia (1978). *Semiótica do Romance*. Lisboa: Arcádia.
- LA TAILLE, Yves de (2006). *Moral e ética: dimensões intelectuais e afetivas*. Porto Alegre: Artmed.
- LANDOWSKI, Eric (2004). *Passions sans nom*. Paris: Presses Universitaires de France.
- MCTEIGUE, James (2006). *V de Vendetta*. DVD. Warner Home Video, cop.
- MOORE, Alan; LLOYD, David (2010). *The absolute V for Vendetta / V de Vendetta*. Barcelona: Planeta DeAgostini, D. L.
- BIROLI, Flávia; MIGUEL (2012), Luis F. “Orgulho e preconceito: a ‘objetividade’ como mediadora entre o jornalismo e seu público”. *Opinião Pública*. 2012, vol. 18, n. 1, pp. 22-43.
- PARRET, Herman (1995). “El pathos razonable”. En PARRET, Herman. *Las pasiones: ensayo sobre la puesta en discurso de la subjetividad*. Buenos Aires: Edicial.
- PEÑAMARÍN, Cristina (1995). “Emociones colectivas: las naciones como verdad y construcción”. En AA.VV. *Visiones del mundo. La sociedad de la comunicación Lima*, Universidad de Lima-Fondo de Desarrollo Editorial. pp. 1-25.
- (1996). “La sensibilidad comunicativa”. *Revista de Occidente*. n.º170-171, Madrid, 1996. pp. 25-44.
- (1999). “Mapas y relatos: instrumentos de orientación en el espacio social”. En *Perdidas en el espacio. Formas de ocupar recorrer y representar los lugares*. A. Bernárdez, (ed.), Madrid: Huerga y Fierro. pp. 1-9.
- PLANTIN, Christian (2010). “As razões das emoções”. En MACHADO, Ida; MENDES, Emília. *As emoções no discurso*. Campinas: Mercado das Letras, vol. 2. pp. 57-80.
- PUBLIABRIL (2012). *Circulação geral*. < <http://publicidade.abril.com.br/tabelas-gerais/revistas/circulacao-geral>>. Acceso en: 08/09/2012.
- QUÉRÉ, Louis (1991). “D’un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique”. *Réseaux*, n.º46-47. Paris, CNET: 1991. pp. 69-90.
- RICOEUR, Paul (1989). *Do texto à acção. Ensaíos de hermenêutica II*. Porto: Rés.
- , Paul (1996). *Tiempo y narración*. Vol. 3, *El tiempo narrado*. México [etc.]: Siglo XXI.
- SAIZ, Vanesa Echezarreta (2012). Disposiciones afectivas y cambio social. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. 2012, vol. 17, pp. 107-133.
- SARTRE, Jean Paul (1989). *Esboço de uma teoria das emoções*. Porto Alegre: L&PM.
- SAVAN, David (1981): “Peirce’s Semiotic Theory of Emotion”. En KENNETH, L. KETNER *et al* (eds.). *Proceedings of the C.S. Peirce Bicentennial International Congress*. Lubbock: Texas Tech University Press.
- SPINOZA, Baruch de (1984). *Ética: demostrada según el orden geométrico*. Madrid: Editora Nacional.
- TÉTU, Jean-François (2004). «L’émotion dans le médias: dispositifs, formes et figures». *Mots: les langages du politique*, 2004, n.º 75, pp. 9-19.
- VOLOCHINOV/BAKHTIN (1992). *Marxismo y filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial.

VAZ, P. B.; TRINDADE, V. C. (2011). “A apreensão do acontecimento nas capas de Newsmagazines”. *Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 10, n. 20.

VEJA (2011). Número 2240, año 44, n.º 43, 26 de octubre de 2011.

VERÓN, Eliseo (2005). *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos.

RESUMEN

En este trabajo desarrollamos un análisis de *Veja*, la revista de información más vendida en Brasil, desde una perspectiva que establece relaciones entre el texto de la publicación y textos circulantes en diferentes medios y grupos sociales, tratando de identificar posibles relatos que se podrían construir a partir de la lectura de la revista. El 26 de octubre de 2011, ese vehículo publicó una portada con la máscara de Guy Fawkes (conocida por los comics y la película de *V for Vendetta* y por su apropiación por movimientos sociales) al lado de una lista de diez motivos para indignarse por la corrupción. Hicimos, entonces, un breve mapa de significaciones vinculadas a la máscara y al sentimiento de indignación y, a continuación, lo confrontamos con las representaciones y contratos de lectura propuestos por *Veja*.

Palabras clave: Guy Fawkes, indignación, *pathos*, periodismo, transmedialidad.

Guy Fawkes and *Veja*: masks and feelings of a transmedia story

ABSTRACT

This paper analyses *Veja*, the information magazine with the largest circulation in Brazil, through an approach that establishes links between the text of the publication and other texts circulating in different media and social groups, trying to identify possible narratives that would be constructed by reading guests. In October 2011, the magazine issued a cover containing a list of 10 reasons to feel indignation/outrage about corruption, next to the Guy Fawkes mask - known by the comic and the film *V for Vendetta* and for its appropriation by social movements. We build then a map of meanings attached to the mask and the feeling of indignation/outrage that will be confronted with the representations and reading contracts normally proposed by *Veja*.

Keywords: Guy Fawkes, indignation, journalism, *pathos*, textual web.

RESUMO

Neste trabalho, analisamos *Veja*, revista de informação com maior circulação no Brasil, a partir de uma perspectiva que estabelece elos entre o texto da publicação e textos circulantes em diferentes meios e grupos sociais, tratando de identificar possíveis narrativas que se construiriam em torno de sua leitura. Em outubro de 2011, a revista publicou capa com a máscara de Guy Fawkes (conhecida tanto pelos quadrinhos e pelo filme de *V de Vingança* quanto pela sua apropriação por movimentos sociais) ao lado de uma lista com 10 motivos para o leitor se indignar com a corrupção. Construímos, então, um mapa de significações vinculadas à máscara e ao sentimento de indignação, que foi confrontado com as representações e contratos de leituras normalmente propostos por *Veja*.

Palavras-chave: Guy Fawkes, indignação, *pathos*, jornalismo, transmedialidade.