



*Che Guevara: sentidos em confronto
no discurso midiático*

DAIANA OLIVEIRA FARIA

Universidade de São Paulo

LUCÍLIA MARIA SOUSA ROMÃO

Universidade de São Paulo

RESUMEN: Bajo la óptica de la teoría francesa del Análisis del Discurso, especialmente sobre la base de los postulados de Michel Pêcheux, pretendemos analizar algunos estudios sobre el discurso periodístico con la finalidad de observar los efectos de sentidos que éste promueve en los cuatro discursos seleccionados sobre el Ché Guevara. Consideramos que el espacio de enunciación del discurso periodístico da grandes márgenes a interpelaciones ideológicas que lo hacen merecedor de credibilidad, dado que se apoya en las supuestas eficacia y fidedignidad de las pruebas. Así, este discurso condensaría mérito y confiabilidad de control de dos sentidos que deben circular sobre cierto hecho o acontecimiento. En un intento de desnaturalizar tales sentidos surge este artículo, dando a entender que las afirmaciones sobre el Ché en la prensa tradicional agudizaron la fractura del “héroe” y, en la prensa no convencional, forman su imagen como hombre, intelectual y militante.

PALABRAS CLAVE. *Discurso periodístico, ideología, memoria discursiva.*

RESUMO: Sob a ótica da teoria de Análise do Discurso de matriz francesa, sobretudo com base nos postulados de Michel Pêcheux, pretendemos mobilizar alguns estudos sobre o discurso jornalístico a fim de observar os efeitos de sentidos que este promove nas quatro textualizações ora selecionadas acerca de Che Guevara. Consideramos que o espaço de enunciação do discurso jornalístico dá grandes margens a interpelações ideológicas que o coloca acima de suspeitas, merecedor de credibilidade, visto que é apoiado pelas supostas eficácia e fidedignidade das provas. Assim, este discurso condensaria mérito e confiabilidade aos seus registros, ancorando-se na ilusão inerente à linguagem da possibilidade de controle dos sentidos que devem circular sobre certo fato ou acontecimento. Na tentativa de desnaturalizar tais sentidos, esse artigo se coloca, inferindo que os dizeres sobre Che na grande imprensa tensionam a fratura do “herói” e, na imprensa não-convencional, anotam nele o homem, intelectual e militante.

PALAVRAS CHAVE. *Discurso jornalístico, ideologia, memória discursiva.*

ABSTRACT. Following the theoretical approach of French discourse analysis, mainly the principles postulated by Michel Pêcheux, our aim is to focus on the analysis of journalistic discourse in order to observe the meanings that are conveyed in four selected discourses on Ché Guevara. We believe that the space of enunciation of journalistic discourse offers great margins for ideological interpellations that make it worthy of credibility, due to the fact that it is based on proofs supposed to be efficient and trust-

Recibido: 12 de julio de 2009 • Aceptado: 30 de noviembre de 2009.

worthy. In this way, this discourse condenses merit and reliability in its control of two meanings that circulate on a given fact or event. With the aim to denaturalize such meanings, this article suggests that the words of Ché Guevara in the mainstream media concentrated on the fracture of the “heroic” while the alternative press highlighted the man, the intellectual, the militant.

KEY WORDS. *Journalistic discourse, ideology, discursive memory*

Introdução: Um trajeto de litígios

Palavra viva
 Palavra com temperatura, palavra
 Que se produz
 Muda
 Feita de luz mais que de vento, palavra
Chico Buarque

Sabemos que o discurso inscrito pela mídia é uma forma de discurso sobre e que as corporações midiáticas, em geral, são geridas por clãs familiares que concentram investimentos nos mais variados setores da sociedade (Moraes, 1998), que institucionalizam uma formação ideológica de estabilização de certos sentidos tidos como sentidos dominantes sobre determinada questão. Assim, o discurso da mídia desempenha papel essencial na mediação e consolidação de sentidos sobre a realidade, instituindo e estratificando o que se pretende que seja um consenso entre a população, e silenciando o que “não deve ser dito”. Mas, como postula a AD, sabemos que o não-dito, a contradição e a heterogeneidade são constitutivos da linguagem, sendo condição necessária do dizível; o não-dito, concebido na AD como o “silêncio” (Orlandi, 1997), existe no avesso do discurso instituído e saber reconhecê-lo e escutá-lo faz-se muito importante para compreender o discurso instituído, através da força da repetição, pela grande mídia. A este respeito, com o respaldo da Análise do Discurso, consideramos que as textualizações da mídia convencional fazem funcionar um discurso, tecido no seio da história e interpelado pela ideologia, que tende à paráfrase e à circularidade do sentido dominante (Orlandi, 1997)

Como sabemos pela teoria discursiva de Michel Pêcheux, a todo movimento de manutenção de certos sentidos correspondem outros, de ruptura e deslocamento do estabilizado; por isso, em meio a todo esse esforço da grande imprensa em se instituir e consolidar os sentidos dominantes sobre dada questão, emergem discursos dissonantes partidos das chamadas mídias alternativas ou não-convencionais como o caso das textualizações propostas pela revista Caros Amigos. Esta publicação brasileira representa um espaço de inscrição de outros sentidos possíveis, silenciados pela grande imprensa, e promove a possibilidade de desconstrução de “consensos” tidos como verdadeiros, além da estabilização de outros efeitos de evidência que, pelo efeito ideológico passam

a circular como únicos também. Esse litígio discursivo é tema desse trabalho, cujos objetivos são: i. refletir sobre o estatuto da memória no discurso midiático e sobre a emergência das novas tecnologias de informação, e ii. analisar um conjunto de capas de revistas semanais e mensais sobre Che Guevara, observando os movimentos de manutenção e ruptura de sentidos postos em discurso.

1. Discussão teórica: Mídia em discurso

A partir da premissa de que a mídia e as novas tecnologias de informação e comunicação (doravante TIC's) representam os tentáculos da sociedade globalizada, ressaltamos o importante papel que estes elementos desempenham, seja no âmbito social, cultural, político ou econômico. Abordamos, desta forma, a mídia enquanto instituição complexa que se faz onipresente. Podemos observar, nas últimas décadas, o aumento gradativo e vertiginoso do poder de alcance da mídia, seja ela em suporte eletrônico, ressaltando aqui a importância da internet e do ambiente virtual, ou impresso, produzindo narrativas discursivas que, pelo efeito ideológico de evidência, funcionam como atestado de verdade a ser reproduzido sem checagem ou reflexão. “A mídia funciona, neste sistema, como um elemento fundamental na representação e re-produção dos ‘consensos de significação’ resultantes das hegemonias políticas, ou, ao contrário, participa de sua dissolução” (Mariani, 1998: 44). Sendo uma espécie de “discurso sobre”, a mídia age como um molde de realidades cotidianas, colocando o mundo como objeto a ser codificado e promovendo a institucionalização de sentidos e a homogeneidade da memória (Mariani, 1998). Dessa maneira, passa a instituir critérios a serem seguidos e referenciais de uma conduta diária, além de certos prospectos de leitura e interpretação a serem seguidos também, o que contribui, assim, para a produção e a manutenção do senso comum. Na dinâmica da contemporaneidade, pautada pelo anseio de acesso e circulação de informação, a mídia vocifera a não-parcialidade das informações veiculadas em sua agenda uma vez que “como as lutas pelo poder são lutas por fixação de significados, tem poder quem detém os canais de produção e circulação de informações” (Mariani, 1998: 104). Ou seja, os dizeres midiáticos fazem falar um modo de inscrição do político bastante eficaz, visto que funcionam como registro da realidade em estado puro, apagando a mediação da própria linguagem e dos interesses tecidos na trama social.

Ressaltamos também que a inserção das TIC's no cotidiano das pessoas, representadas como um produto a ser vendido e a ser conquistado pelos consumidores, é quase um imperativo do qual poucos conseguem escapar. Nesse sentido, podemos observar que elas possuem como grande aliado a mídia, considerando-a nos seus mais variados meios. Levando em conta o poder de legitimidade que a mídia possui e o revestimento imaginário de prestígio e verdade que as TIC's instalam, torna-se evidente, pelo efeito ideológico de evidência (Pêcheux, 1997) que, ao sujeito-leitor, não cabe argumentar se o que

lhes é imposto é realmente válido. Para alguns teóricos, dentre eles os analistas de discurso, ao relato jornalístico é atribuída a crença de que o que é vendido por ele realmente traz benefícios a todos, marcado pelo efeito ideológico de verdade implicado nesse processo atestam a força do discurso midiático. Em relação às novas TIC's, além da crença de verdade, impera um efeito de ilusão que a posse de equipamentos eletrônicos de comunicação assegura ganhos para qualquer um no sentido de dominar o tempo e o espaço, permitindo a desfronteirização e um viver sem limites.

Essa discussão pode ser enriquecida com a contribuição teórica da Análise do Discurso (AD) fundada por Michel Pêcheux (1969), visto que possui como objeto de análise o discurso. “[...] E a palavra discurso etimologicamente, tem em si a idéia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (Orlandi, 2003: 15). No discurso, a história deixa de ser considerada como cronologia e evolução, clama por interpretação e sustenta uma inscrição na língua, produzindo efeitos de sentidos; estes, por sua vez, significam os discursos por meio de relações de poder, o que ocorre em sentidos heterogêneos, migrantes e dispersos, e que nos faz refutar a certeza de univocidade dos sentidos e transparência da linguagem.

Esse jogo na trama dos sentidos faz-se possível para o sujeito a partir da posição que ele é levado a ocupar no discurso; ou seja, ao tomar a palavra, ao se inscrever num ato de leitura ou mesmo de escuta, o sujeito discursivo ocupa uma posição dentre várias outras possíveis, por isso existem possibilidades de resistência. E isso é definido pela formação social na qual o sujeito está inserido e pela relação que estabelece com o poder e com o dizer, o que nos permite afirmar, em consonância com a teoria discursiva, que sujeito não é entendido aqui empiricamente como ser humano individualizado, passível de generalizações ou categorizações, mas sim como sujeito de/à linguagem, ou seja, como uma posição no discurso (Pêcheux, 1969). Posição esta construída na tensa relação da linguagem com a história, ou seja, afetada pelo modo como as palavras já circularam em outros momentos e contextos; o sujeito discursivo é tomado pelo processo de interpelação que faz parecer natural que se diga de um modo e não de outro.

os indivíduos são interpelados em sujeitos falantes (em sujeitos de seu discurso) por formações discursivas que representam na linguagem as formações ideológicas que lhe são correspondentes. [...] a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se realiza pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina. (Pêcheux, 1997: 214)

Com base nisso, tem-se que o conjunto de formações discursivas constitui o elemento chamado memória discursiva, compreendendo-a não como traço cognitivo, nem como cronologia histórica, a memória discursiva apresenta-se

como possibilidade do dizível, ou seja, como o saber que garante que “nossas palavras façam sentido” (Orlandi *apud* Pêcheux, 1999: 64). Esta noção se materializa na ordem da língua com o conceito de interdiscurso, por meio da relação entre os discursos, pelas retomadas e rupturas de discursos outros no interior do discurso em formulação, pois “o interdiscurso é o conjunto do dizível, histórica e lingüisticamente definido” (Orlandi, 1992: 89) e ele consiste na base do já-dito, do repetível, retomando os sentidos já postos em curso na história ou deslocando-os rumo a outros sentidos, instaurando discursos outros a partir da historicidade do próprio discurso. Tal relação que se dá entre os discursos é o que proporciona a particularidade e o traço singular de cada discurso, ou seja, as formulações dos enunciados fazem falar o conjunto de formulações já feitas, significando de maneira particular as redes de memória, rompendo-as, retomando-as, cristalizando e atualizando sentidos já ditos (Orlandi e Rodrigues, 2006). Tal particularidade é chamada de intradiscurso, que é o singular no interior de um enunciado que se deu com base no interdiscurso.

Tocamos aqui um dos pontos de encontro com a questão da memória como estruturação de materialidade discursiva complexa, estendida em uma dialética da repetição e da regularização: a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os ‘implícitos’ (quer dizer mais, tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível. (Pêcheux, 1999: 52)

Os conceitos discutidos até aqui nos convidam a considerar o discurso midiático a partir de sentidos que já circularam e já foram já ditos em outros lugares, o que marca a heterogeneidade dos sentidos em jogo nos dizeres. Isso também nos convida a entender a trama de dizer e silenciar como constitutivas da linguagem e a flagrar as posições-sujeito como lugares da tensa disputa pelo poder dizer. E é isso que faremos nas análises que se seguem.

2. *Análise: Que dizer de Che?*

Buscamos interpretar os discursos inscritos em capas de quatro veículos midiáticos de grande circulação em nosso país sobre um tema que circulou muito no ano de 2007 (dado os 40 anos da morte de CHE) e que colocou em movimento sentidos sobre a identidade e a vida de Ernesto Che Guevara. Com base nos pressupostos conceituais dados pela teoria de Análise do Discurso (AD), constituímos o corpus de recortes discursivos a partir das capas de quatro publicações de revistas, a saber:

1. CAROS AMIGOS: Guevara - vida e morte de um mito. São Paulo: Casa Amarela, n. 22, 22 out. 2004. Mensal. Capa.

2. SUPER INTERESSANTE: A verdade sobre Che. São Paulo: Casa Amarela, n. 261, out. 2007. Mensal. Capa.
3. VEJA: Che - A farsa do herói. São Paulo: Abril, n. 2028, 03 out. 2007. Mensal. Capa. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/031007/p_082.shtml>. Acesso em: 08 out. 2009.
4. CAROS AMIGOS: O Che - combatente e intelectual. São Paulo: Casa Amarela, 05 out. 2007. Mensal. Capa.

Nas quatro textualizações, ora em análise, observamos o confronto entre dois modos de dizer e representar graficamente a imagem de Guevara: i. a imagem iconizada, fotomontada, recriada e desenhada de Che em litígio com a imagem documental, fotografada da figura humana de Che. Pensando sob a ótica discursiva, desenho e foto instituem sentidos diferentes sobre o mesmo objeto, produzindo efeitos e ressonâncias uma sobre a outra e indiciando um efeito do litígio que ora pretendemos flagrar. Cabe assinalar que a imagem símbolo de Guevara foi feita por Alberto Korda em 1960 como está posta em nosso primeiro recorte.

Figura 1: Foto de Che Guevara tirada por Alberto Korda em 1960



Fonte: <http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/photography/Alberto-Korda.html>

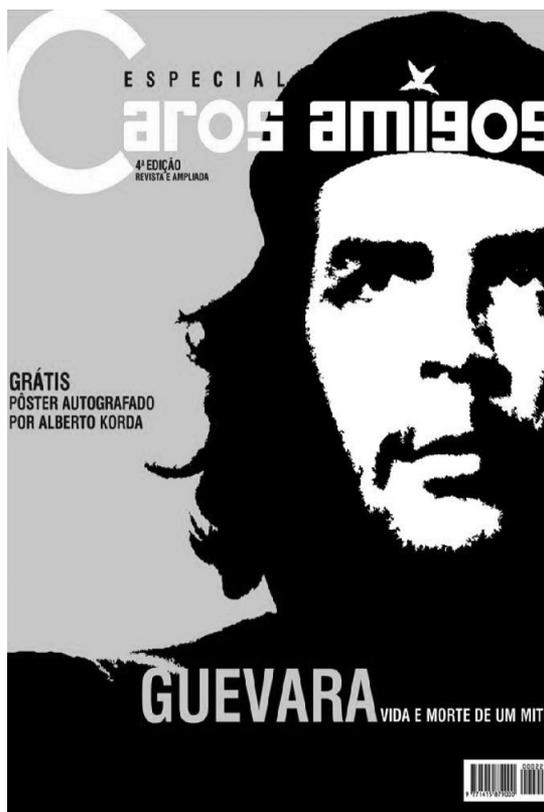
Seguem as palavras do próprio fotógrafo, em entrevista concedida à revista Caros Amigos, de número 22, de outubro de 2004.

Caros Amigos: E a foto célebre, gostaria que falasse sobre ela.

Alberto Korda: [...] Necessitávamos de mais armas do que tínhamos, e compramos na Bélgica um grande carregamento. Trouxemos as armas para Cuba em um navio francês, que chegou a Havana nos primeiros dias de março, e o estavam descarregando quando um artefato explosivo, quase certeza que colocado pela CIA, detonou e morreram 136 pessoas, foi terrível. No dia seguinte, 5 de março de 1960, se improvisou uma tribuna a 200 metros da entrada do cemitério de Colón, que é o cemitério da cidade

de Havana. [...] nessa tribuna, que cobria lado a lado a rua, de uma calçada a outra, estavam todas as figuras do governo. [...] Eu estou percorrendo com a câmara – uma Laika com lente de 90 milímetros – um a um, para aproximar os personagens, e de repente dou com um espaço na tribuna em que não há nenhuma pessoa, parece que quem estava ali saiu, e vem o Che do segundo plano para a frente da tribuna e olha a multidão. [...] quando paro a câmara e tenho essa visão da lente de 90 milímetros, vejo o Che mais perto, e tinha essa expressão, que me impressionou muito. Quando o vejo no visor, o Che está assim, como se me enxergasse. Aí aperto o obturador, tiro uma primeira foto, [...] percebo que aquela expressão é muito boa, e que aí tenho um retrato. Viro a câmara na vertical e tiro um segundo negativo, estou voltando o filme, quando olho de novo, o Che já não está. Segue a análise que propomos, sob a ótica discursiva, das quatro capas de revistas supracitadas. A começar pela capa da edição especial da revista Caros Amigos sobre Che Guevara.

Figura 2: Capa da edição especial da Caros Amigos sobre Che Guevara.



Fonte: CAROS AMIGOS: Guevara - vida e morte de um mito. São Paulo: Casa Amarela, n. 22, 22 out. 2004.

Nesta reprodução da imagem de Guevara (Figura 2), observamos os dizeres da capa, “Guevara vida e morte de um mito”, nos quais vemos atualizada a memória discursiva que coloca a figura de Guevara na posição de um mito, um herói, um homem que saiu da dimensão cotidiana para adentrar a história. Propomos uma interpretação de que isso produz efeitos de mítico não como invenção (como veremos nas outras edições desta análise), mas como superação; o que sinaliza um Che humanizado, ou seja, um mito que teve vida e morte, aproximando-o assim dos sujeitos-leitores da revista. Ao contrário do que veremos na constituição da capa da Superinteressante, a seguir, temos aqui uma completude da face de Che, o que promove a instituição de sentidos de coragem, ousadia, disposição política, dentre outros. Instituído nesta formação discursiva, significado pelo intradiscorso, os sentidos possibilitados para dizer de/sobre Guevara o remetem à posição-sujeito de líder político e revolucionário, combatente que lutou até o fim por seus ideais, pelo fim do imperialismo e pela liberdade dos povos submetidos a regimes totalitaristas, e homem que teve “vida e morte” como homem.

Outro elemento gráfico que também influi na produção dos sentidos é a utilização das cores. Comumente vemos a imagem de Guevara associada ao preto e vermelho que são cores que atualizam sentidos ideologicamente constituídos. Neste caso, vemos algo diferente, em vez do uso bastante difundido do vermelho e preto, as cores da foto são o amarelo e o preto; o amarelo não remete a regiões políticas, sociais ou ideológicas de sentidos com tanta veemência quanto o vermelho, e o contraste entre o preto e o amarelo apenas representa destaque no todo da capa. Podemos dizer que as cores utilizadas aqui criam um efeito de neutralidade e não promovem a atribuição de sentidos específicos ao discurso trazido nesta capa. Mais um elemento gráfico que chama a atenção é a disposição da estrela na boina de Che, tal como era de fato, diferente do que veremos na Superinteressante na Veja. Este elemento representado de maneira tida como fiel é responsável pela composição do símbolo do líder, promovendo o todo que instala sentidos peculiares a sua figura, qual seja, a representação de revolucionário. O uso apenas do sobrenome de Che instala a produção de alguns sentidos que iremos descrever a seguir; a disposição de “GUEVARA” em caixa alta, com destaque, retoma a força da tradição de um sobrenome e instala sentidos de notoriedade, de respeito e de autoridade, ao contrário do que veremos na outra formação discursiva que apresentaremos a seguir.

Nos discursos promovidos nas publicações analisadas, encontramos uma constante: o uso de dicotomias é recorrente; podemos inferir que estas construções paradoxais fazem falar contradições sobre a figura do líder, uma vez que, segundo os principais biógrafos de Guevara, apesar de muitos consensos, ainda existem muitas incertezas sobre o revolucionário. Nesta capa, observamos o jogo entre dois nomes que instalam a dialética VIDA X

MORTE, o que promove a circulação dos sentidos da impotência humana e da efemeridade da vida que, no caso de Che, é bastante gritante, uma vez que ele teve uma morte precoce, aos 39 anos.

Figura 3: Capa da revista Super Interessante com material principal sobre Che Guevara.



Fonte: SUPER INTERESSANTE: A verdade sobre Che. São Paulo: Casa Amarela, n. 261, out. 2007. Mensal. Capa.

Também no recorte acima, temos a utilização de recursos gráficos para compor a ilustração com o símbolo do revolucionário, porém, a maneira como este desenho é composto promove a circulação de outros sentidos, diferentes da primeira capa analisada; aqui há efeitos negativos e pejorativos sobre Guevara. A maneira como as sobrancelhas foram representadas, diferentes da representação anterior, compõem um semblante de Guevara rude, impiedoso, mau, o que se combina com a imagem apenas da metade inferior da face de Che, deixando o restante encoberto. Tal composição gráfica retoma sentidos de bandidagem, crime, violência, o que seria recorrente tanto na ficção, quanto na vida real, pois personagens que se apresentam com uma parte do rosto encoberta representam tipos criminosos. Sob a óptica discursiva, anotamos que a falta é constitutiva da linguagem, ou seja, ao dizer, calamos e, ao enunciar de uma forma, silenciemos outras tantas formas de falar, que, apesar de não transparecerem em nossos ditos, fazem parte de sua composição. No caso em estudo, a falta funciona de modo a inscrever o rosto

encoberto, metade à mostra, outra metade ausente. Como visto anteriormente na discussão teórica, o silêncio significa na medida em que se faz necessário na composição do dizer e possui sentidos ideologicamente construídos. Com isso, nessa composição da imagem de Che, entendemos que o silêncio atua e produz sentidos pelo rosto cortado, não apenas escondido atrás de algo, mas amputado pelo corte que silencia. Tal recurso deixa marcas no funcionamento discursivo da capa, quais sejam, os sentidos de bandidagem e criminalidade, que foram silenciados na ordem da língua, porém representam elementos cruciais na significação do todo no não-verbal.

Anotamos ainda, nesta ilustração, a disposição da estrela de duas maneiras que inscrevem os sentidos já legitimados e repetidos sobre este símbolo: em uma, ela aparece cortada ao meio e, na outra, ela aparece com a cor amarela. Vemos nestas duas composições indícios de que o discurso construído sobre Guevara será desconstruído, quebrado, partido com esta reportagem e receberá outros sentidos. A formulação da capa é “A verdade sobre CHE”, o que marca um movimento discursivo de propor a existência de “a verdade” sobre Che. Vemos, no avesso desse enunciado, a inferência de que há mentiras circulando sobre Guevara, pois se há verdade, é porque existem mentiras. Sustenta-se, pelo efeito ideológico de evidência, o sentido de que existe uma verdade sobre o líder e apenas uma; e quem irá contá-la ao público é a Superinteressante, cujo slogan publicitário é justamente trabalhar com temas super interessantes como esses. Marcamos esse funcionamento como indício recorrente no discurso da grande mídia, que se coloca como produtora da verdade, como juíza a escolher o que é mentira, passando aos leitores a sensação que se existe apenas um modo de ler e entender a realidade, qual seja, aquele que a mídia irá contar.

Podemos observar o grande uso da cor vermelha, que emoldura a capa e destaca o apelido de Ernesto Guevara Linch de La Serna. O vermelho é uma cor que atualiza sentidos já falados antes, em outro lugar. No âmbito político, temos retomada a memória discursiva que instala sentidos relativos aos movimentos da política esquerdista, ao comunismo, aos partidos de trabalhadores, ao anarquismo, ou seja, sentidos estes que, apesar de terem sido silenciados na capa, irão aparecer e serão confirmados no decorrer da reportagem como negação. Inferimos aqui o movimento em que a presença de um sentido constrói-se pelo silenciamento e pelo que, na língua, será dito às avessas; assim, o vermelho, já dado pela memória discursiva antes, em outro lugar, como cor da revolução, pode também instalar sentidos de perigo, de alerta e de ameaça, o que silencia sentidos de democracia, civilidade e cidadania. Toda essa região de sentidos, possibilitada pelo uso do vermelho, constituirá elemento crucial na construção do discurso sobre Guevara e na atribuição de sentidos por parte do sujeito-leitor, produzindo um jogo de retornos do já-lá e de atualização dessa memória. Temos, novamente, o

uso de dicotomias, na medida em que se enunciam sentidos de “verdade”, temos silenciados os sentidos de “mentira”. Como dito, este confronto entre significantes opostos materializa-se no discurso das capas em análise. Esse embate aparece na formulação dessa capa da Superinteressante conforme recorte que se segue:



“Há exatos 50 anos, ele liderou uma revolução histórica. Foi tratado como herói dos oprimidos e como assassino impiedoso. Mas quem realmente foi Che? Conheça o lado santo e o lado criminoso do maior mito do século 20.”

As marcas lingüísticas “liderou”, “revolução histórica”, “herói dos oprimidos”, “lado santo”, “mito” instalam a filiação do sujeito a uma formação discursiva diferente daquele à qual se filiam as marcas “assassino”, “impiedoso”, “lado criminoso”. A primeira instala o dizer como a propor sentidos que serão desautorizados pela segunda FD, na qual o lugar destinado a Che é de herói. O discurso jornalístico faz aqui o que observamos em outros recortes já analisados, promove o efeito de verdade contestando, desconstruindo e desvestindo de certeza o que já foi dito antes, em outro lugar. Diante da pergunta “Quem realmente foi Che?”, instala-se a voz de autoridade da revista, atribuindo a si mesmo um poder tal capaz de responder, explicar, esclarecer e não deixar dúvidas ao leitor; no caso dessa revista, tais assertivas parecem mais evidentes pelo efeito da ideologia já que ela é dirigida ao público juvenil. Conforme já discutimos antes, esse é o mecanismo da interpelação ideológica que captura o sujeito em uma posição e, nesse caso, uma posição de poder não apenas dizer, mas, sobretudo, ajuizar. Todos estes sentidos combinam-se no infográfico abaixo, recurso muito utilizado pelo jornalismo hoje com vistas a apresentar ao leitor dados históricos ou geográficos, introduzindo imagens e textos rápidos, imaginariamente capazes de dizer muito mobilizando menor volume de palavras. Podemos ver aqui um modo de a textualidade eletrônica - com sua topologia modificada e com o imbricamento do verbal com outras materialidades - disponibilizar recursos ao texto impresso, pois o infográfico cumpre a função de agregar mais de uma materialidade produzindo um efeito explicativo. Vejamos abaixo (Figura 4):

Figura 4: Ilustração da matéria especial sobre Che Guevara da Revista Super Interessante



Fonte: SUPER INTERESSANTE: A verdade sobre Che. São Paulo: Casa Amarela, n. 261, out. 2007. Mensal. p. 49-50.

Nessa imagem, identificamos a existência de diversos recursos que estão bem afinados ao que a revista antecipa como seu leitor: jogos de guerra muito comumente vendidos para vídeo-games e computadores, jogos de tabuleiro nos quais há uma trilha para se chegar a um determinado lugar, enfim, jogos de vida ou morte com um inimigo a vencer. Esses elementos combinam-se para contar a história de Guevara de certo modo, qual seja, produzindo efeitos de manutenção da característica belicosa atribuída ao líder político. Ao efetuar suas expedições pela América Latina, ele estaria tramando uma guerra, criando estratégias de combate, mobilizando recursos militares e espalhando explosões, conflitos e mortes. Os sentidos da reivindicação de Chê, suas inquietações frente à miséria e à desigualdade, o teor político de sua compreensão da Medicina, as mudanças de sentidos que ele foi construindo à medida que viajava pelos países latinos: tudo isso fica silenciado e, em lugar disso, outro dizer se apresenta como verdade, parecendo evidente e óbvio acreditar que tudo não passou de um jogo de guerra, uma batalha ameaçadora e hilária capaz de produzir apenas sangue como aconteceu nos jogos tão frequentes no meio juvenil.

Figura 5: Capa da revista com matéria principal sobre Che Guevara.



Fonte: VEJA: Che - A farsa do herói. São Paulo: Abril, n. 2028, 03 out. 2007. Mensal. Capa.

Já na capa da Revista *Veja* (Figura 5), observamos duas imagens de Guevara, uma que funciona discursivamente de modo a criar um efeito de realidade ao utilizar a fotografia e outra que remete mais uma vez ao ícone criado a partir da imagem do revolucionário. Observamos que ambas, representando um conjunto, fazem falar tanto um sentido de imponência do líder, quanto de esfacelamento. A imagem do canto direito inferior instala-o na posição de militar devido à suas vestimentas de combate e armamento. Tais indícios aproximam-se de um direcionamento à instituição de sentidos belicosos e ameaçadores, aqui tidos como verdadeiros, que fazem retornar regiões da memória discursiva de confrontos, combates, guerras. Consideramos também o funcionamento da composição intradiscursiva da capa, incitando regiões de sentidos belicosos. Mesmo que haja deslocamentos dos sentidos de guerra, uma vez que, respaldando-nos na assertiva de Pêcheux (2002: 53) sobre o enunciado como “intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro”, suspeitamos que a força da repetição faz-se presente no discurso midiático, que por

vezes tende à paráfrase, a fim de impor como único o sentido que se pretende dominante e considerado verdadeiro. No intradiscurso desta capa ocorre o significante “guerra” (canto esquerdo superior da capa) onde vemos os dizeres “BANCOS Quem ganha com a guerra das tarifas”, destacados abaixo:



Observamos um diálogo intradiscursivo entre vários campos da capa, reclamando a interpretação não apenas de uma frase em si mesma ou a leitura de um enunciado descolado dos demais.



Acima, ainda na capa da revista, observamos duas chamadas que sustentam o diálogo intradiscursivo, em uma delas, o uso do significante “pecado”, que aparece no canto superior esquerdo da capa; significante este carregado de sentidos tecidos nos seio da história das religiões e que, pela inscrição ideológica, sustenta a construção do discurso da revista sobre o sujeito ora discursivizado. No funcionamento do não-verbal, temos o uso das imagens de um suposto garfo com uma pimenta vermelha, imaginariamente ardida; no entanto, podemos observar que os sentidos instaurados aqui desconstruem a imagem comum que temos de um garfo: este aqui possui apenas três dentes com pontas em formato de seta o que remete ao ícone histórico-religioso do tridente, que apóia a construção de uma FD que atualiza regiões de sentidos relativos ao pecado (a gula, neste caso). Combinam-se, então, o significante “pecado” com a imagem do tridente, contribuindo para a produção e circulação de sentidos que funcionam discursivamente na direção de deslegitimar a notoriedade que o sujeito ora discursivizado poderia ter ou instalar, posto que ele combateu o capital privado com o que seriam suas idéias de esquerda. Temos, na composição dessa capa, uma disposição de elementos gráficos e lingüísticos, como arma de fogo, vestimenta de guerra, charuto, fumaça excessiva, garfo-tridente. Além disso, inscrevem-se, na materialidade da língua, as marcas “pecado”, “guerra”, “farsa”, “inconvenientes”, “morte”: intradiscurso que instala FDs de combate ao sujeito líder revolucionário, o que nos permite dizer que todo este jogo entre elementos gráficos e lingüísticos não é imparcial, tampouco neutro ou objetivo, mas ideológico, tal como postula a teoria de Análise do Discurso.

Na capa em questão, temos a imagem de Che fumando, ação não vista com bons olhos diante da sociedade que hoje combate o consumo do cigarro com medidas anti-fumo, com o banimento de propagandas publicitárias de cigarro e com as tarjas pretas escritas nas carteiras de cigarro. Mesmo aqueles adeptos do fumo estão cientes de seus malefícios devido à atuação de grandes

campanhas publicitárias e de saúde que procuram mostrar as conseqüências deste vício. Assim, vemos que nos mais variados lugares da sociedade, seja na mídia, na saúde, na política, entre outros, o fumo não é visto como algo bom. O uso desta imagem de Che, e não de outra qualquer, constrói-se no retorno e na sustentação desta rede de sentidos de combate à notoriedade desse sujeito. Vemos um charuto nas mãos de Guevara, o que pode levar o sujeito-leitor ao contexto cubano, uma vez que a ilha de Cuba é grande produtor deste produto; assim, colocamos a possibilidade de o discurso que está sendo construído também ser remetido a Cuba e ao modelo econômico ali vigente, conseqüentemente, a Fidel Castro, nome que também faz parte da memória discursiva tecida sobre Che, visto que tiveram contato pela mesma causa. Essa interpretação é possível dada a intrínseca relação entre discurso e história.

Outro elemento não-verbal crucial na construção do discurso inscrito por esta capa é a fumaça excessiva. A imagem símbolo de Che, ao ser constituída pela fumaça, acaba por perder a forma, deixando de possuir contornos e apresentando deformações. O que contorna é o mesmo que dissipa o contornado, tirando-lhe os traços e deixando um embaçamento difuso. Com isso, inferimos que, no verbal e no não-verbal, a imagem de Che é marcada pela desconstrução, descontinuidade e desautorização. A formulação “CHE / A FARSA DO HERÓI / Verdades inconvenientes sobre o mito do guerrilheiro altruísta (...)”, que aparece logo abaixo da imagem símbolo do líder, indicia a “verdadeira” face sendo revelada, posto que a falsa está se tornando apenas um borrão de fumaça. É importante atentar também para o uso do plural em “verdades inconvenientes”, que significa literalmente a existência de mais de uma verdade, ou seja, existem várias verdades a serem reveladas, o que silencia, mais uma vez, a existência de suposições sobre mentiras fantasiosamente inventadas pelos simpatizantes de Che. Como já dito, o silêncio é fundante, se existem verdades, é porque mentiras foram contadas e sustentadas pela repetição. O mesmo em relação ao funcionamento discursivo do adjetivo “inconvenientes”, que coloca em movimento sentidos de que alguns traços de Che foram silenciados porque não convinham ao seus simpatizantes, o que joga com o que a revista irá colocar como verdades convenientes a serem esclarecidas.

Vemos, mais uma vez, o uso do significante “mito”, porém dessa vez inserido em outra formação discursiva, diferente daquela observada no funcionamento da Revista Caros Amigos. Não mais “mito” como um traço de humanidade ou de superação, mas como deslegitimidade da imagem de Che, dito aqui como uma lenda, uma narrativa inventada, um roteiro de ficção. Anotamos aqui que a mesma palavra produz efeitos antagônicos quando inscritas em FDs contrastantes, isso já sinalizava Pêcheux (1969) ao marcar que o sentido de uma palavra ou proposição não está posto nele mesmo, mas depende da FD onde se instala. Nessa última anotamos o uso do significante “farsa” que, dentre alguns sentidos possíveis, pode marcar:

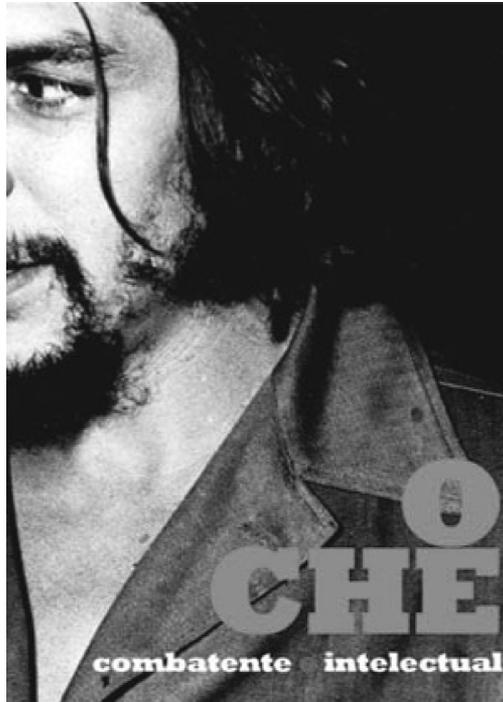
[Do fr. médio *farse*, atual *farce*.]

S. f.

1. Teatr. Peça teatral de comicidade exagerada, ação vivaz, irreverente e burlesca, e com elementos de comédia de costumes.
2. Teatr. Baixa comédia (q. v.).
3. Ato ridículo, próprio de farsas.
4. Coisa burlesca.
5. Embuste, logro, pantomima: Aquela choradeira foi uma farsa: estava contentíssima! (Ferreira, 1999)

Sentidos que só vêm a confirmar a desconstrução da imagem de Guevara e a instituição, por meio das supostas verdades detidas por este órgão midiático, de um discurso que coloca este sujeito nas posições de vilão, criminoso, viciado, assassino, entre outras possíveis.

Figura 6: Capa de edição especial sobre Che Guevara da revista Caros Amigos



Fonte: CAROS AMIGOS: O Che - combatente e intelectual. São Paulo: Casa Amarela, 05 out. 2007. Mensal. Capa

Por fim, analisamos outra capa de revista, agora publicada pela revista Caros Amigos em outubro de 2007 (Figura 6), em cuja materialidade encontramos uma fotografia em branco e preto de Che, ou seja, foto aparentemente sem efeitos ou recursos gráficos. Ao escolher essa imagem humana, ao invés do uso de qualquer

símbolo, fotomontagem ou infográfico, observamos a construção de um discurso diferenciado sobre o líder, dado pelo rosto quase sorridente, em close com o cabelo em desalinho, produzindo um efeito de aproximação e simpatia com o sujeito-leitor. Esta proximidade é sustentada também pela disposição descontraída de Che, o que passa a impressão de que este sujeito é uma pessoa como outra qualquer. Vemos aqui, também, o uso apenas do apelido de Ernesto Guevara Linch de la Serna, “Che”; porém, desta vez, ele é particularizado, aqui ele não é qualquer CHE, mas sim “O CHE”, construção sintática que, para nós na posição de analistas, singulariza uma intimidade, uma simpatia e, quiçá, uma afetuosidade em relação ao homem e líder político. Podemos observar, ainda, o uso de dois significantes que, mais uma vez, podem atualizar sentidos opostos e, ao menos, dissonantes. Se, numa leitura parafrástica, a marca “COMBATENTE” poderia retomar os efeitos belicosos já ditos anteriormente, observamos que ela se combina a outra marca, qual seja, “INTELECTUAL”. Assim, as duas juntas instalam a possibilidade de as duas características andarem juntas, combinarem-se de tal modo que ser combatente passa a deslizar para outra formação discursiva, qual seja, ser batalhador e lutador que insiste em lutar pelo que acredita. Nessa direção, é possível ser combatente e intelectual concomitantemente. Sabemos que os sentidos de combatente sobre Che são mais difundidos que os sentidos de intelectual; então, o uso deste significante (intelectual) traz para este discurso uma outra região da memória discursiva, muitas vezes silenciada, ou seja, a compreensão intelectual, reflexiva e crítica de Guevara e outros líderes revolucionários. Ou seja, mais uma vez nos deparamos com palavras que se deslocam de uma FD para outra, produzindo sentidos diferentes e inscrevendo gestos de significação também plurais. Como dito anteriormente, temos, nas textualizações da revista *Caros Amigos*, a possibilidade de um discurso outro.

3. *Considerações Finais*

Com nosso percurso teórico-analítico, observamos que, ao contribuir com a repetição do discurso dominante, a grande mídia ancora-se em formações discursivas que silenciam e desconstroem a autoridade de líderes populares, movimentos sociais, e tudo aquilo que se filia a outro modelo que não o capitalismo. Vemos ainda que, diante da existência de um discurso dominante, existe a possibilidade de ruptura, uma vez que, tal como postula a AD, a língua é passível de furos e falhas; e tal ruptura e deslizamento podem emergir em outro lugar, produzindo efeitos de litígio no discurso jornalístico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Farsa. In: FERREIRA, A. B. H. (1999). *Dicionário Aurélio*: Século XXI. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. CD-ROM.
- MARIANI, B. (1998). *O PCB e a imprensa*. Campinas: Editora da Unicamp e Editora Revan.

- MORAES, D. (1998) *Planeta Mídia: tendências da comunicação na era global*. Campo Grande: Letra livre.
- ORLANDI, E. L. P. (1992). *Entremeio e discurso*. Santa Maria: [s.n.], Congresso Interdisciplinar.
- ORLANDI, E. L. P. (1997). *A Linguagem e seu funcionamento: as formas de discurso*. 4.ed. Campinas: Pontes.
- ORLANDI, E. L. P. (2003). *Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos*. Campinas, SP: Pontes.
- ORLANDI, E. L. P. e RODRIGUES, S. L. (Org.). (2006). *Introdução às ciências da linguagem: discurso e textualidade*. Campinas: Pontes.
- PÊCHEUX, M. (1997). Análise automática do discurso (AAD-69). In F.GADET, e T. HAK, (org.). In: *Por uma análise automática do discurso; uma introdução às obras de Michel Pêcheux*. Campinas: Ed. da Unicamp. (Título original: *Analyse Automatique du Discours*. Paria, 1969).
- PÊCHEUX, M. (1997). *Semântica e discurso: uma crítica a afirmação do óbvio*. 3. ed. Campinas: Editora da Unicamp. Tradução de Eni de Lourdes Puccinelli Orlandi [et al.].
- PÊCHEUX, M. (1999) O papel da memória. In: DAVALLON, J.; DURAND, J. L.; ORLANDI E. P (orgs). *Papel da memória*. Tradução e introdução de José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999.
- PÊCHEUX, M. (2002). *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Tradução: Eni P. Orlandi. 3. ed. Campinas, SP: Pontes.

DAIANA OLIVEIRA FARIA. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Psicologia e Bacharel em Ciências da Informação e Documentação, da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, da Universidade de São Paulo. Membro do grupo de pesquisa “Discurso e memória: nos movimentos do sujeito” (CNPq).

Correo electrónico: daianafaria@pg.ffclrp.usp.br

LUCÍLIA MARIA SOUSA ROMÃO. Professora Doutora do Curso de Graduação em Ciências da Informação e da Documentação e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, da Universidade de São Paulo. É graduada em Letras, com doutorado em Psicologia, pela mesma universidade. Profa. colaboradora do Mestrado em Ciência, Tecnologia e Sociedade da UFSCar. Líder do grupo de pesquisa “Discurso e memória: nos movimentos do sujeito” (CNPq). Bolsista CNPQ.

Correo electrónico: luciliamsr@uol.com.br