



40 anos da morte de “Che”: Uma análise das reportagens publicadas em *Veja* e *Carta Capital*¹

Pedro MIGUEL²

Júlio LIMA DA ROCHA³

Ruy ROCHA⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Este artigo é uma análise das reportagens publicadas nas revistas semanais *Veja* e *Carta Capital* sobre o aniversário de 40 anos da morte do revolucionário argentino Ernesto Guevara de la Serna, dentro da perspectiva de que o jornalismo tem, dentre outros, o compromisso de informar, educar e formar a sociedade para o debate. As matérias são observadas no que concerne à necessidade de perseguir a objetividade como uma das formas de manter tal obrigação. Aspectos como o uso de adjetivos, fotos e fontes consultadas são analisados com o intuito de identificar a presença da subjetividade do autor no texto e de discorrer sobre como a opinião do repórter pode influir na formação da opinião do público.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo, mídia, objetividade, opinião e revistas.

INTRODUÇÃO

Sabemos que o jornalismo de revista assumiu uma feição mais opinativa e isso não é novidade. Essa modificação aconteceu devido a uma, alegada, necessidade de acrescentar algo mais, no fim de semana, ao que havia sido veiculado nos jornais diários, canais de televisão, estações de rádio e sites na internet. As revistas semanais passaram a publicar um conteúdo acrescido de novas informações e também de interpretação, que é vista como um diferencial. Contudo, tal conteúdo deve ser produzido com responsabilidade, já que o texto interpretativo difere do opinativo⁵.

As revistas jornalísticas semanais brasileiras, como *Veja*, *Istoé*, *Época* e *Carta Capital*, entre outras, retomam as informações divulgadas anteriormente nas outras mídias, porém, sem se restringir a elas. As reportagens e outros gêneros jornalísticos

¹ Trabalho apresentado no GT – Jornalismo e Editoração, do Iniciacom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Graduação. 6º. semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFRN, email: jp_miguel@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação. 6º. semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFRN, email: jcesarufn@hotmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social da UFRN, email: jornalrocha@yahoo.com.br.

⁵ Observar a referência Lage (2001).



publicados em tais veículos tentam complementar o que foi difundido no decorrer da semana pelos diários, telejornais, rádios e sítios na rede de computadores.

A expansão desse conteúdo acaba por ganhar um tom mais subjetivo. Apesar de termos consciência de que o grande público⁶ não é puramente “manipulada” pela mídia, como pregava a corrente Hipodérmica⁷, devemos saber que é possível influenciá-la. Pode-se utilizar esse aspecto para interesses próprios ou para colaborar com a formação sociopolítica da população, fornecendo conteúdo de qualidade e o mais próximo possível da isenção.

O leitor precisa ter liberdade para formar sua opinião. Lage (2006) diz que, na reportagem interpretativa, a autoria tem importância, diferentemente da produção objetiva. Afirma que o jornalismo interpretativo utiliza a metodologia da ciência no desenvolvimento da matéria, mas que deve-se ser cauteloso para não torná-la opinativa.

Nas revistas *Veja* (03 de outubro de 2007, ed. 2028, ano 40, nº 39) e *Carta Capital* (17 de outubro de 2007, ano 13, nº 466), pode-se notar, no texto chamado de reportagem, características de artigo de opinião, onde, em vez de cumprir as atribuições do jornalismo, como fiscalizar o Estado, denunciar acontecimentos relevantes à população e transmitir conhecimento, de forma a educar a população. No entanto, a mídia, dominada principalmente pelo capital privado, prioriza o lucro. Com isso, grande parte das empresas jornalísticas não tem interesse em formar o público para o debate, em desenvolver uma consciência sociopolítica. Em vez disso, a mídia criaria um “consenso fabricado”⁸. As pessoas absorveriam as informações achando que chegaram a uma conclusão própria, mas, na verdade, essa opinião seria a fornecida pelos meios de comunicação de massas, que abdicam de seu papel social e colaboram para a alienação do público.

AS REVISTAS

Revistas que hoje diferem bastante na linha editorial, *Veja* (direita) e *Carta Capital* (esquerda) tiveram como um dos fundadores o mesmo jornalista ítalo-brasileiro, Demetrio Giuliano Gianni Carta, o Mino Carta. Mas em contextos também diferentes.

⁶ Cf. referência Morin (1997).

⁷ Segundo a corrente Hipodérmica, teoria das “balas mágicas”, a massa recebe as mensagens transmitidas pelos “meios” de maneira uniforme, sem interpretação. Dessa forma, os indivíduos seriam puramente manipulados de forma direta e unidirecional.

⁸ Cf. Habermas (1984).

Criada por Victor Civita e Mino Carta, a *Veja* teve sua primeira edição publicada em 1968 - plena ditadura militar e ano em que foi redigido o Ato Institucional número 5 (AI-5), que, entre outras coisas, estabeleceu a censura prévia. Atualmente, tem como diretor de redação o jornalista Eurípedes Alcântara.

A *Carta Capital* foi fundada em 1994, inicialmente com periodicidade mensal, depois quinzenal (em 1996), e, a partir de agosto de 2001, semanal. Carta, que também é criador da *Quatro Rodas*, do *Jornal da Tarde*, do extinto *Jornal da República* e da semanal *IstoÉ*, dirige a redação.

CAPAS



Na edição de 3 de outubro de 2007, a *Veja* traz na capa a manchete: “CHE: A farsa do herói – Verdades inconvenientes sobre o mito do guerrilheiro altruísta, quarenta anos depois de sua morte”.

De acordo com Jakobson (*apud* Joly, 1996), a mensagem, de qualquer tipo, tem funções características: denotativa, cognitiva ou referencial; expressiva ou emotiva; conativa e fática. Uma predomina, mas nunca aparece isolada. Para Joly (1996), essas funções também podem ser verificadas nas imagens. Joly diz que é difícil caracterizar certas imagens, como as fotografias da imprensa, que “supostamente, deveriam ter uma função referencial, cognitiva, mas, na realidade, situam-se entre a função expressiva ou emotiva” (p.58).

A capa de *Veja* significativa tem função expressiva, que é mais subjetiva e centra-se no emissor da mensagem. Com o plano de fundo preto, que denota uma idéia de luto, obscuridade, a imagem (significante⁹) do guerrilheiro “Che” Guevara tem uma aparência fracassada (significado). Ele empunha uma arma na mão esquerda, e, na direita, segura um charuto cuja fumaça forma uma reprodução de sua famosa fotografia, tirada por Alberto Korda em 1960, simbolizando a idéia da farsa do mito “Che”.

⁹ Segundo Ferdinand Saussure (*Apud* Joly, 1996), o signo lingüístico possui um significante (objeto), que leva a um significado (conceito).



Na imagem formada pela fumaça, é importante notar o destaque dado à estrela vermelha, que simboliza o Comunismo. A estrela está virada para baixo. Fica atrelada a idéia de fracasso e dissimulação do herói Ernesto Guevara. Também há uma metáfora: “Che” forma-se na fumaça, onde é comum aparecer uma caveira. Fica implícito que o mito está fadado ao desaparecimento. A capa também tem função conativa. Ao editar a fotografia dessa forma, a revista tenta convencer o leitor de que “Che” trata-se de uma farsa.

A *Carta Capital* trouxe como capa uma reportagem sobre o suposto declínio da economia americana.

FOTOS

Ao longo da reportagem, que ocupa 10 páginas da edição de *Veja*, o artifício fotográfico é bem explorado. No total são 21 fotos. Na primeira, que ocupa uma página inteira, só é possível visualizar metade da face de “Che”, o que passa a idéia de que há um lado obscuro, desconhecido, do herói Guevara.



As fotos seguintes, nas paginas 84 e 85, ocupam dois terços das páginas, ficando o resto para o texto da reportagem.





Elas vêm com os dizeres que são atribuídos ao “verdadeiro” Ernesto Guevara, como no fragmento: “Fuzilamos e seguiremos fuzilando enquanto for necessário. Nossa luta é uma luta até a morte”, frase que teria sido pronunciada no discurso de “Che” na Assembléia-geral da ONU, em 11 de dezembro de 1964.

Nas fotos das páginas 86 e 87, o argentino aparece com sua segunda esposa, Aleida March, pós-Revolução Cubana e em diferentes cantos do mundo. As legendas afirmam que as causas por quais lutou foram todas perdidas, não prosperaram.



Outra mostra Guevara jogando golfe:



A legenda é a seguinte: “Para impressionar ‘Ike’ – Guevara e Fidel em jogotreino de golfe para disputar uma partida, que nunca houve, com Eisenhower em Washington: ‘Fidel ganhou, mas Che o deixou ganhar’”.



A outra foto da página 88 mostra Felix Rodrigues, o operador de rádio que transmitiu a ordem para a execução de “Che” Guevara.



Na página 89 o revolucionário aparece capturado, com a legenda “O último dia do guerrilheiro – Maltrapilho e sujo, Guevara posa com os soldados que o capturaram na vila de *La Higuera*, onde seria morto. A seu lado, assinalado, está o agente da CIA Felix Rodríguez. Na página ao lado, Felix hoje, em Miami”.



O argentino também aparece morto, 90:



Encerrando a reportagem são mostradas fotos da modelo brasileira Gisele Bündchen, usando biquíni estampado com a foto mais famosa de “Che”, tirada por Alberto Korda; Maradona e Mike Tyson com faces do argentino tatuadas no corpo. E legenda: “Ele está em toda parte – O retrato de Che feito por Alberto Korda em 1960 é agora uma imagem de múltiplos significados: é pop no biquíni da Cia. Marítima vestido por Gisele Bündchen e uma manifestação de truculência e mau humor nas tatuagens de Maradona e Mike Tyson”.



Em *Carta Capital*, apenas duas fotos de “Che” Guevara foram publicadas. A primeira apresenta pessoas erguendo bandeiras com a foto do revolucionário e a legenda “40 anos: O aniversário da morte de Guevara foi lembrado nos quatro cantos do mundo” (p.46).



A segunda, na página seguinte, mostra o argentino de cabeça baixa. Mesma foto da página 89 de *Veja*. A legenda é: “Última foto. Che, com o agente da CIA, Félix Rodríguez pouco antes de ser executado” (p.47).



Carta Capital também publicou fotos do fuzil e da bolsa de couro de Guevara, com a legenda: “Flagrantes. A marca de bala no fuzil e a bolsa de couro na qual foi encontrado o diário de Che são exibidos por Arze” (p.48).



A última traz o ex-conselheiro de segurança dos Estados Unidos, Walter Rostow e a legenda: “Rostow. A CIA agiu à margem da Casa Branca”.



EDITORIAIS



O editorial *Carta ao leitor*, de *Veja*, traz o título “O Che por trás do mito”, esse texto jornalístico que apresenta a posição oficial da revista acerca do acontecimento dos 40 anos da morte de Guevara.

Apresenta, inicialmente, uma foto de camisetas estampadas com a imagem do revolucionário. No desenrolar do texto, são lançadas indagações como: “mas quem era o homem a partir do qual se forjou o mito? Haveria uma correspondência exata entre o revolucionário de carne e osso e aquele perenizado em pôsteres e camisetas?” (p.9).

Na conclusão, fica claro qual a opinião de *Veja*: “Che era um visionário, decerto. Mas foi, sobretudo, um homem feroz, que enxergava na violência um fim em si, e não apenas um meio para atingir seus objetivos”. (p.9).

Carta Capital dedica seu editorial ao caos aéreo e ao fato de os jovens imitarem frases e atitudes do filme *Tropa de Elite* (2007), do diretor José Padilha.

REPORTAGENS

A reportagem especial de *Veja*, escrita por Diogo Schelp e Duda Teixeira, tem como chamada: “CHE – Há quarenta anos morria o homem e nascia a farsa”, o que expõe qual será o enfoque dado ao tema: desmistificar a figura do revolucionário Guevara. No título a revista já deixa de lado a tentativa de perseguir a objetividade, ao definir o argentino como “farsa”. Surge o primeiro adjetivo da matéria de *Veja*.

Na seqüência, é expresso o posicionamento político-ideológico da revista: “Por suas convicções ideológicas, Che tem seu lugar assegurado na mesma lata de lixo onde a história já arremessou há tempos outros teóricos e práticos do comunismo, com Lênin, Stalin, Trotsky, Mao e Fidel Castro” (revista *Veja*, p.84). Mais um adjetivo - “enganoso” - a seguir: “O mito é particularmente enganoso por se sustentar no avesso do que o homem foi, pensou e realizou durante sua existência (...) Che é, paradoxalmente, visto como um símbolo da luta pela liberdade” (p.84).

Maurício Dias, de *Carta Capital*, dá início à reportagem com o título “Che morreu de pé – Relatório do Exército americano conta que líder guerrilheiro, de mãos atadas, desafiou seu assassino antes de morrer”. Nota-se uma contestação à reportagem publicada em *Veja*.

Na segunda página da reportagem, a *Carta Capital* traz o trecho:



O **mito** Che Guevara cresceu muito nessas quatro décadas passadas após sua morte. Nos quatro cantos do mundo, no dia 09 de outubro, a data foi lembrada por homens e mulheres, jovens e velhos, **indiferentes** ao bombardeio **reversionista** (*Carta Capital*, pág. 47).

Mais uma vez percebe-se uma contraposição, na qual o autor emite três adjetivos: “mito”, “indiferentes” e “reversionista”. A revista também utiliza “muito”, em vez de fornecer dados, para se referir à expansão do “mito Che Guevara”.

Entre as fontes consultadas pela equipe de reportagem de *Veja*, foram incluídos historiadores, biógrafos, antigos companheiros de “Che” na guerrilha e no governo cubano. As fontes da *Carta Capital* foram: o relatório do Exército estadunidense sobre o dia da captura de Guevara, o jornalista Saulo Gomes, autor do livro “Quem matou Che Guevara” e o norte-americano John Lee Anderson, autor da principal biografia do guerrilheiro. Anderson também concedeu uma entrevista à *Carta Capital*, na qual critica a revista *Veja*: “O artigo de *Veja* é ridículo! Baseado em fontes parciais e comprometidas, sem nenhuma novidade, é um exemplo singular de jornalismo barato [...]” (p.50).

No que tange a citações das fontes encontradas na matéria, em *Veja*, elas são utilizadas para reforçar a idéia de um “Che” nada parecido com o herói revolucionário que foi difundido mundialmente. Um exemplo pode ser a frase do jornalista francês Régis Debray, que conviveu com Guevara na Bolívia: “Ele era adepto do totalitarismo ate o último pêlo do corpo” (p.84). *Carta Capital* cita o relatório do Exército dos Estados Unidos: “‘Che’ não tremeu na hora de morrer com oito tiros de carabina M2, sustenta a insuspeita versão norte-americana” (p.46). Nota-se que, nas passagens, as revistas têm objetivos: *Veja* busca desmistificar Guevara; *Carta Capital* manter seu caráter heróico.

Outra fonte importante também encontrada na *Veja*, são fragmentos do diário da campanha em Sierra Maestra, de “Che” Guevara, que são citados: “Essa gente, como é colaboradora da ditadura, tem de ser castigada com a morte” (p.86).

Para reforçar a imagem de fracassado de Guevara, é colocada uma afirmação do historiador cubano Jaime Suchlicki: “Sua vida foi uma seqüência de fracassos. Como médico, não exerceu a profissão. Como ministro e embaixador, não conseguiu o que queria. Como guerrilheiro, foi eficiente apenas em matar por causas sem futuro” (p.88).



Adiante, a revista enumera três fatos que ajudaram a consolidar o mito “Che”. São eles: a sua morte prematura aos 39 anos, que lhe garantiu uma aparência juvenil e o livrou da agonia comunista; a ajuda involuntária dos seus algozes, o quais, preocupados em reunir provas convincentes da morte de “Che”, cuidaram da aparência do seu corpo, deixando-o com uma aparência semelhante às das pinturas barrocas do Cristo; e, por último, sua morte, que se deu às vésperas dos grandes protestos em defesa dos direitos civis, dos movimentos estudantis e da contracultura ocorrido em 1968. Guevara teria sido um personagem perfeito pra simbolizar esses ideais.

E os repórteres encerram a reportagem: “O mito em torno de Che constitui-se numa muralha que impediu até agora a observação de alguns dos mais desastrosos eventos da história contemporânea das Américas. Está passando a hora de cair” (revista *Veja*, p.92).

JORNALISMO E OBJETIVIDADE

A mídia, por estar no domínio de empresas privadas, tomou uma feição mercadológica. Devido a isto, a maioria absoluta das empresas não tem interesse em formar para o debate, em criar uma consciência sociopolítica, formando o público para o debate. Em vez disso, a mídia cria aquele “consenso fabricado”¹⁰, onde as pessoas pensam ter chegado a uma conclusão, embora aquela opinião possa ter sido inconscientemente absorvida nas revistas semanais, por exemplo. Isso ocorre em detrimento do compromisso do jornalismo com a sociedade. Em vez de utilizar seu alcance e seu poder formador de opinião para fiscalizar o Estado e cumprir seu papel social, os “media” acabam por corroborar para a alienação do público, fornecendo conteúdo parcial e, comumente, de qualidade duvidosa.

Segundo Morin (1997, p.35), “mesmo fora da procura de lucro, todo sistema industrial tende ao crescimento, e toda produção de massa destinada ao consumo tem sua própria lógica, que é a de máximo consumo“. Seguindo esse preceito, as semanais procuram oferecer um conteúdo diversificado e diferenciado, para que, mesmo os que leram, ouviram ou assistiram notícias sobre determinado assunto, busquem nelas mais informações. Muitas vezes, recorrem ao sensacionalismo, tomando fatores micro para torná-los macro, como quando *Veja* exalta que “Che” Guevara não gostaria de tomar

¹⁰ Ver nota oito.



banho. Um fato que, mesmo sendo real, não é relevante no que diz respeito ao idealismo de um indivíduo.

O conteúdo publicado deve ser produzido de forma objetiva, ou, no caso das reportagens, interpretativa, pois, dessa forma, o leitor poderá formar sua opinião mais livremente. De acordo com Lage (2001, p.136), “a interpretação objetiva oferece ao leitor os fatos que permitem estabelecer conclusões – sem fechar essas conclusões”.

No Brasil, no fim dos anos 40, aconteceu o que Alberto Dines chama de passagem para a “funcionalidade e eficiência” (*apud* Amaral, 1996). A idéia era uniformizar o texto e torná-lo objetivo. Acontece, porém, que essa grande mudança no jornalismo brasileiro não foi muito além da valorização da notícia e sua construção¹¹. Essa mudança ficou, sobretudo, na forma; O conteúdo continuou o mesmo, sem a mostra de um esforço maior de isenção, imparcialidade e equidade.

Nos dicionários, “objetividade” fala de rigorosa imparcialidade, pensamento sem julgamento de valor, existência dos objetos fora do eu. Luiz Amaral (1996) aponta que, se a objetividade fosse seguida à risca, o jornalista precisaria deixar em casa suas normas, princípios, referências políticas e ideológicas; procurar excluí-los do pensamento e se concentrar na narração dos fatos, sem tentar explicá-los ou comentá-los. Para ele, apresentar um fato absoluto é simplesmente uma tentativa de alcançar o humanamente impossível.

Para Lage (2001, p.136), “o jornalismo interpretativo consiste, *grosso modo*, em um tipo de informação em que se evidenciam conseqüências ou implicações dos dados”. O repórter narra os fatos e os comprova com informações científicas; escreve um tópico frasal e o desenvolve, atestando a afirmação por meio de pesquisas qualitativas ou quantitativas, estudos científicos e declarações de especialistas. Dessa forma, um jornalista pode narrar os fatos, oferecendo referenciais científicos para que o leitor chegue a uma conclusão. Assim, minimizará a inserção de sua opinião.

Lage (2006) afirma que a autoria, no texto interpretativo, passa a ser importante. “A reportagem essencialmente interpretativa está a um passo do artigo (...). A interpretação envolve, afinal, certa competência analítica que poucos realmente têm e muitos, por presunção, se atribuem” (p.56). Ou seja, o texto interpretativo requer uma maior atenção do repórter para que não se torne opinativo. Quando são apresentadas informações de cunho subjetivo e parcial, a liberdade do leitor é prejudicada. Se ele

¹¹ Cf. Amaral (1996)



tiver acesso somente àquela fonte de informação, certamente formará sua opinião também de forma parcial, pois não terá uma visão completa dos fatos e o indivíduo tem direito de interpretá-los para tirar suas próprias conclusões.

Uma das formas de identificar a presença da subjetividade do autor do texto é verificar se há adjetivos. Podemos observar a adjetivação em *Veja*:

Pobre Fidel Castro. Enquanto Che foi cristalizado na foto **hipnótica** de Alberto Korda, ele próprio, o **supremo** comandante, aparece cada dia mais **roto, macilento, caduco**, enquanto se desmancha **lentamente** dentro de um **ridículo** agasalho esportivo diante das lentes das câmeras da televisão estatal cubana (p.92).

No trecho em questão fica notória uma tendência no posicionamento da revista, em relação a Ernesto Guevara e ao presidente de Cuba, Fidel Castro, utilizando adjetivos e linguagem semelhante à de um artigo de opinião, que, segundo Marques de Melo (1985, p.116), “trata-se de uma matéria jornalística onde alguém (jornalista ou não) desenvolve uma idéia e apresenta sua opinião”. E o que Martinez Albertos (1994, p.119) chama de artigo doutrinário: “Aquele mais apropriadamente chamado de artigo jornalístico e que se destina a analisar uma questão da atualidade, sugerindo ao público uma determinada maneira de vê-la ou de julgá-la”.

Carta Capital também utilizou adjetivos em sua reportagem e não apresentou conteúdo isento de subjetividade. A revista, que publicou a reportagem sobre o guerrilheiro argentino duas semanas após *Veja*, trouxe no título: “Che morreu de pé”, que denota uma contestação à tese levantada pela *Veja* de que Guevara teria dito, no momento em que foi capturado: “Não disparem. Sou Che. Valho mais vivo do que morto” (p. 82). No terceiro parágrafo da reportagem, a *Carta Capital* publicou:

Che não tremeu na hora de morrer com oito tiros de carabina M2, sustenta a **insuspeita** versão americana: ‘Saiba que está matando um homem’, disse o prisioneiro para o algoz, um sargento chamado Mario Terán (*Carta Capital*, p. 46).

Ao utilizar o adjetivo “insuspeita” para se referir à versão do Exército dos Estados Unidos, a revista a trata como absoluta e descarta qualquer possibilidade de “Che” ter implorado pela vida, contrapondo novamente a reportagem de *Veja*.

Amaral cita que:



Quando se pretende manipular é interessante ver como a linguagem é empregada. Durante a Guerra Fria, os inimigos eram tachados de terroristas, guerrilheiros e rebeldes, e os aliados dos EUA, sempre combatentes da liberdade (AMARAL, 1996, p.58).

Em *Veja*, o Guevara é chamado, diretamente, de farsa, maltrapilho, sujo, mito, maníaco, desprezível, apologista da violência, voluntarioso, autoritário, incapaz, dogmático, frio, cruel, aventureiro, figura patética, narcisista suicida e bruto. Indiretamente, também recebe as alcunhas de porco, imprudente, irascível, píffio e prepotente.

	Número de páginas	Adjetivações	Adjetivações por página
Veja	10	121	12,1
Carta Capital	4	17 ¹²	4,25

FORMAÇÃO DA OPINIÃO

As revistas jornalísticas semanais assumiram mais declaradamente o papel de formadoras de opinião. *Veja* e *Carta Capital*, nas suas matérias sobre os 40 anos da morte de “Che”, apresentam pontos de vista diferentes, que seguem as suas linhas editoriais e ideológicas. Entretanto, assumir esse papel não significa utilizar nos textos uma linguagem mais opinativa. O uso da linguagem interpretativa talvez seja a melhor forma de informar e auxiliar no desenvolvimento daquelas “estruturas que de fato suportam a autoridade de um público criticamente engajado” (HABERMAS, 1984, p. 379).

Como fala Villas Boas:

Em tese, uma revista tem obrigação de acompanhar o fato e ir além dele. Tem de municiar o leitor com informações sobre o que tal fato está indicando, que tipo de mudanças e o que ele realmente significa. Não pode, por isso, ter a pretensão de dar a palavra final. Deve dar pistas ou até mesmo mais uma interpretação dos acontecimentos (1996, p.74).

E ressalta:

A revista desenrola o novelo dos fatos, busca testemunhos e solta a palavra. Narra e reporta. Por essa razão, costuma deixar algo no ‘ar’ ou nas entrelinhas. Isto não significa que as revistas sejam infiéis ao fato reportado. E sim que, ao

¹² Foram excluídas as dez adjetivações utilizadas por pelo jornalista Saulo Gomes em conteúdo declaradamente opinativo.



soltar as amarras da padronização, pode haver o risco de conduzir o leitor a um certo *juízo-de-valor* (1996, p.102).

Segundo Bourdieu (1998, p.28), somente as classes dominantes podem fazer parte do campo de poder, que pode ser entendido como “as relações de forças entre as posições sociais que garantem aos seus ocupantes um ‘quantum’ suficiente de força social – ou de capital – de modo a que estes tenham a possibilidade de entrar nas lutas pelo monopólio de poder (...)”.

Sendo assim, fica claro que os detentores veículos de mídia possuem, indiscutivelmente, um “‘quantum’ suficiente”, o qual pode ser utilizado em diferentes contextos. A mídia pode utilizar seu alcance e credibilidade com uma linguagem interpretativa para fiscalizar o Estado e facilitar a compreensão do leitor, mas também pode, expondo opinião pura e simplesmente, colaborar com a alienação do “grande público”¹³.

CONCLUSÃO

As “lutas pelo monopólio do poder”¹⁴ não podem sobrepujar o papel social do jornalismo. O jornalista deve atuar para colaborar com o desenvolvimento sociopolítico da população. Diante das limitações criadas pelo ambiente em que o profissional se encontra, a linguagem jornalística interpretativa constitui-se como uma alternativa ao utópico jornalismo puramente objetivo. Os veículos jornalísticos devem oferecer informação e comprová-las por meio de dados científicos. Dessa forma, o leitor, ouvinte ou telespectador poderá chegar a uma conclusão própria.

Notoriamente, a suposta reportagem de *Veja* é, na verdade, um artigo de opinião. Em trechos como o que os repórteres Diogo Schelp e Duda Teixeira comentam sobre a fase atual de Fidel Casto, citada neste artigo, é clara a emissão da opinião. A utilização de fontes parciais, a condenação prévia de Guevara e as afirmações completamente subjetivas utilizadas pelos repórteres justificam isso. A matéria de *Carta Capital* também não foi objetiva, e isso fica claro desde o título, quando a revista contesta o que foi publicado em *Veja*. Apesar disso, em comparação a *Veja*, oferece um texto mais objetivo. Cita fontes oficiais, mas recorre a livros e outras fontes. Inclusive, Maurício Dias foi um dos organizadores de um livro sobre o relatório da CIA. De acordo com o

¹³ Ver nota seis.

¹⁴ Ver referência Bourdieu (1996)



número de adjetivações, a média por página, além dos outros aspectos citados, pôde-se atestar que *Veja* opinou mais que *Carta Capital*.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio Weber. **A regra do jogo - o jornalismo e a ética do marceneiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

AMARAL, Luiz. **A objetividade Jornalística**. Porto Alegre: Sagra D.C. Luzatto, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand, 1998.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 1996.

LAGE, Nilson. **A reportagem**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Estrutura da Notícia**. São Paulo: Ática, 2006.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. Tradução: Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1997.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2004.

RODRIGUES, Jacira Werle. **Reportagem impressa, estilo e manuais de redação - A construção da autoria nos textos do Jornalismo diário**. Santa Maria: FACOS/UFMS, 2003.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.