

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

Mariana Rezende dos Passos

**O TWITTER COMO TRINCHEIRA DE LUTA:
um estudo sobre o microblog de Hugo Chávez**

Belo Horizonte
2012

Mariana Rezende dos Passos

**O TWITTER COMO TRINCHEIRA DE LUTA:
um estudo sobre o microblog de Hugo Chávez**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientadora: Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires

**Belo Horizonte
2012**

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

P289t Passos, Mariana Rezende dos
O Twitter como trincheira de luta: um estudo sobre o microblog de Hugo Chávez / Mariana Rezende dos Passos. Belo Horizonte, 2012.
111f.: il.

Orientador: Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires
Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

1. Twitter (Rede social on-line). 2. Chávez Frias, Hugo, 1954-. 3. Venezuela – Política e governo. 4. Comunicação de massa – Aspectos políticos. 5. Mídia (Propaganda). I. Pires, Teresinha Maria de Carvalho Cruz. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 301.175.1

Mariana Rezende dos Passos

**O TWITTER COMO TRINCHEIRA DE LUTA:
um estudo sobre o microblog de Hugo Chávez**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Prof^a. Dr^a. Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires (Orientadora) – PUC Minas

Prof. Dr. Márcio de Vasconcellos Serelle - PUC Minas

Prof. Dr. Carlos Aurélio Pimenta de Faria - PUC Minas

Belo Horizonte, 12 de dezembro de 2012.

*A meus pais,
por tudo.*

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Márcia, e ao meu pai, Alberto, pelo exemplo de persistência e dedicação na conquista dos meus sonhos. À minha irmã, Carolina, e ao meu irmão, Eduardo, por todo apoio, incentivo e carinho, e aos meus sobrinhos, João e Maria, pelo amor incondicional. Agradeço, também, a todos os meus parentes que sempre se orgulharam dos meus esforços.

Agradeço às grandes amizades que fiz em Belo Horizonte: obrigada pelo companheirismo e por todos os momentos que passamos juntos.

À minha professora e orientadora, Teresinha, por me incentivar a enfrentar os caminhos dessa jornada acadêmica, pelo exemplo de profissionalismo e por depositar tamanha confiança em meus projetos. Agradeço, também, a todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC Minas que fizeram parte dessa caminhada e compartilharam de seu vasto conhecimento comigo.

Lo que los revolucionarios de todos los países, los hombres y mujeres de buena voluntad, los que aman la justicia y la igualdad debemos hacer es unirnos a Chavezcandanga en Twitter, como mismo nos unimos desde siempre en la Comuna de Paris, en la defensa de la República española, en las guerras de independencia. Hoy el internacionalismo es también digital, y si global es el enemigo, global ha de ser la lucha de culturas e ideas. Twitteros revolucionarios de todos los países: uníos. (CON CHÁVEZ..., 2010).

RESUMO

A recente apropriação de novas mídias por parte de atores políticos, em períodos eleitorais ou não, e as consequentes mudanças na prática e no discurso político acabam por exigir uma evolução também nos estudos da área de comunicação e política; tanto em termos de elaborações teóricas quanto metodológicas. Partindo desse contexto, a pesquisa propôs a investigação das táticas discursivas de Hugo Chávez no ambiente do Twitter (entre 01 de outubro de 2011 e 14 de outubro de 2012) considerando sua percepção do microblog como uma trincheira de luta. A batalha travada por Chávez no microblog, no *corpus* delimitado, se subdivide em duas: A Batalha de Carabobo, referente especificamente à campanha eleitoral, e a Batalha de Ideias, que perpassa por todo o período analisado e diz respeito à divulgação do seu projeto de governo: o socialismo do século XXI. Para consecução de tal objetivo foi necessária uma revisão bibliográfica sobre o chavismo e sobre a trajetória política e midiática de Chávez – que foi reeleito em outubro de 2012, o que garantiu ao mandatário governar seu país até 2019, contabilizando vinte anos sob o comando da Venezuela; e um estudo aprofundado sobre o funcionamento do Twitter. Nesse sentido acredita-se que a pesquisa ora apresentada possa colaborar para o fomento de novos conhecimentos para os estudos da área de Comunicação Política.

Palavras-chave: Hugo Chávez. Twitter. Mdiatização presidencial. Discurso político. Batalha midiática online.

ABSTRACT

The recent appropriation of new mediums by political actors in electoral periods or not, and the consequent changes in political practice and political discourse require a change likewise in the area of communication and political studies, in terms of theoretical elaborations and methodological. From this context, the research proposes to investigate the discursive tactics of Hugo Chavez on Twitter (between 1 October 2011 and 14 October 2012) considering his perception of the microblog as a trench of fight. The battle that Chavez wages in the microblog, in the delimited *corpus*, is divided into two: the Battle of Carabobo, referring specifically to the electoral campaign, and the Battle of Ideas, which permeates the whole period and relates to the disclosure of his government project: the XXI century socialism. To achieve this goal it was necessary to review the literature of the chavismo and the political and media path of Chavez - who was reelected in October 2012, which guaranteed that he can govern his country until 2019, accounting twenty years under the command of Venezuela; and a thorough study on the functioning of Twitter. In this sense it is believed that the aim of the research proposed here can contribute to the development of new knowledge for studies in the area of Political Communication.

Keywords: Hugo Chávez. Twitter. Presidential mediatization. Political discourse. Online media battle.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Campanha 2012	50
Figura 2 - Chávez e o BlackBerry	80
Figura 3 - Perfil de Hugo Chávez no Twitter	81
Figura 4 - Pássaro vermelho	97
Figura 5 - Presidente Hugo Chávez	97

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - @chavezcandanga - Tweets por mês	81
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	21
2 HUGO CHÁVEZ: UMA TRAJETÓRIA POLITICO-MIDIÁTICA.....	25
2.1 História política da Venezuela.....	25
2.2 O governo Chávez: quatorze anos no poder	30
2.3 Cenário de disputa: as eleições presidenciais de 2012.....	48
2.4 A midiatização da imagem pública política de Hugo Chávez	52
3 INTERNET, TWITTER E POLÍTICA.....	57
3.1 O ambiente do Twitter: estratégias, normas e lógica de funcionamento	57
3.2 Internet e Twitter: artefatos políticos.....	66
3.2.1 <i>Hugo Chávez no Twitter</i>	72
4 @CHAVEZCANDANGA: UMA TRINCHEIRA DE LUTA	76
4.1 Considerações metodológicas	76
4.2 @chavezcandanga: a trincheira e as táticas	79
4.2.1 <i>A trincheira de luta</i>	79
4.2.2 <i>A Batalha em duas frentes: A Batalha de Carabobo e a Batalha de Ideias</i>	90
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	102
REFERÊNCIAS	105

1 INTRODUÇÃO

Há divergências quanto à utilização da Internet em termos políticos, alguns estudos ditos “ciberotimistas” creem no potencial democratizante da web, já os “cibercéticos” não acreditam nessa premissa. As ideias de Benkler (2006) traçam um interessante paralelo, de acordo com os estudos de Winner (1986), sobre as tecnologias como artefatos políticos: a Internet não é em si política, mas pode possuir consequências políticas de acordo com o contexto em que estiver sendo utilizada.

A política, que com a visibilidade dos meios de comunicação e as novas Tecnologias de Informação passa a ser espetacularizada, transforma o discurso político consideravelmente. Para Courtine (2003) ao longo da trajetória do discurso político, o que ocorreu, principalmente a partir da década de 1980 com o ápice da cultura do espetáculo, foi um descrédito em relação às formas longas e monológicas desse discurso público. Essas falas longas deram lugar a um tipo de fala breve, “[...] fluida, imediata, que se prende ao instante antes de se inscrever na memória.” (COURTINE, 2003, p. 22).

O Twitter é um microblog ou rede social online criado em 2006 que permite ao usuário publicar mensagens de até 140 caracteres. Esses textos são exibidos no perfil do usuário em tempo real e podem ser vistos por seus seguidores – outros usuários do Twitter. Os *trending topics* aparecem como os assuntos mais comentados nesta rede social, e os usuários têm oportunidade de se comunicarem e interagirem a partir de mensagens diretas privadas ou mensagens públicas. Esse microblog contribui ainda mais para a visibilidade política atual já que é constante a apropriação desse ambiente por políticos ao redor do mundo, como é o caso de Hugo Chávez, presidente da Venezuela.

A recente apropriação de novas mídias por parte de atores políticos, em períodos eleitorais ou não, e as consequentes mudanças na prática política e no discurso político acabam por exigir uma evolução também nos estudos da área de comunicação e política; tanto em termos de elaborações teóricas quanto metodológicas.

Já existem alguns estudos que buscam colaborar para esta evolução como a crítica que Sarlo (2011) propõe à apropriação do Twitter por políticos argentinos, colaborando para o entendimento da performance dessas pessoas públicas neste novo espaço de visibilidade midiática que acaba por promover um entrelaçamento entre a esfera pública e privada. Arfuch (2010) delimita um espaço biográfico contemporâneo que abre possibilidade de considerar o ambiente das redes sociais online como parte deste espaço, bem como o Twitter como uma auto-entrevista midiática.

Há, que se ressaltar, também, como exemplo, as discussões elaboradas por Morozov (2011) sobre a desilusão que a Internet pode proporcionar já que há um grande número de pessoas, o grupo dos “ciberotimistas”, que apostam nas redes sociais como criadoras de espaços deliberativos, de luta política e engajamento cívico. Outros pesquisadores como Marques, Silva e Matos (2011) de modo mais específico elaboram reflexões sobre as estratégias de comunicação política online, analisando o perfil de José Serra (candidato a presidência do Brasil em 2010) no Twitter. Após a campanha de Barack Obama para a presidência dos Estados Unidos da América em 2008, houve um crescimento considerável de estudos nessa mesma área sobre as Eleições 2.0, já que o presidente, enquanto candidato, utilizou massivamente as redes sociais para promoção de sua campanha e mobilização social.

Hugo Chávez, presidente da Venezuela, declarou em notícia intitulada “Chavez neutraliza críticas à Internet”, publicada em 22 de março pela CNN, que percebe a Internet como uma trincheira de luta (CHAVEZ CONTRARRESTA..., 2010). Em matéria do jornal *Folha de S. Paulo*, de 17 de abril de 2010, mês em que Chávez abriu sua conta no Twitter, é informado que em fevereiro desse mesmo ano, o presidente da Venezuela se disse incomodado com as atitudes oposicionistas na internet, principalmente no Twitter. Nesse período de fevereiro de 2010, a oposição chavista conseguiu emplacar a hashtag #freevenezuela (*Venezuela livre*) como o quarto lugar entre os trending topics mundiais¹. Para revidar as ações da oposição, o canal de televisão estatal passou a recrutar, em um programa de 4 minutos e 22 segundos de duração, militâncias e apoiadores de Chávez para lutar na “guerra midiática”. O vídeo: “Twitter, a outra guerra midiática pela internet”, tem como teor principal a crítica ao imperialismo norte-americano e a convocação das militâncias para o embate virtual.

No vídeo observa-se que os chavistas defendem a posição de que as mensagens oposicionistas são inverdades, e acusam que a maioria das utilizações do marcador #freevenezuela não provém da Venezuela, mas sim da Colômbia e dos Estados Unidos. Além disso, julgam que essa “outra guerra” não tem canhões, é uma batalha de ideias onde é possível ser atacado mas também, e mais importante, contra-atacar.

A alternativa encontrada pelo governo para responder às ameaças da oposição, então, é a de que a militância deveria apropriar-se da internet para defender-se nesse campo de batalha midiático. A partir daí, ainda segundo a matéria da *Folha de S. Paulo*, o governo aciona

¹ O símbolo “#” antes de alguma palavra define uma hashtag ou um determinado assunto. Caso uma determinada hashtag passe a ser utilizada repetidas vezes pelos usuários do facebook ele passa a ser um dos assuntos mais comentados no microblog e pode vir a se tornar parte da lista dos trending topics – lista que compõe as hashtags mais utilizadas no mundo ou em um determinado país.

guerrilhas comunicacionais² formadas por alunos de instituições de ensino público para ajudar a contra-atacar as ideias da oposição.

Além disso, em abril de 2010, dois meses depois de Chávez pronunciar a frase “Mexeste comigo, passarinho”, se referindo ao símbolo do Twitter (um pássaro azul), o mandatário venezuelano inaugura seu perfil no Twitter, para que também pudesse ser mais uma força na guerra midiática online.

A relação do presidente venezuelano com os meios de comunicação no país é marcada por uma política de controle e regulação dos meios tradicionais e também da Internet. Assim, essa pesquisa julga ser de extrema importância a análise da apropriação deste meio online para a política do governo chavista.

Tomando esse contexto como ponto de partida, a pesquisa investigou o discurso e as táticas de Hugo Chávez no ambiente do Twitter considerando sua percepção do microblog como uma trincheira de luta. O *corpus* analisado compreende o período entre 01 de outubro de 2011 e 14 de outubro de 2012. Período esse que compreende um ano antes das eleições presidenciais venezuelanas, que ocorreram em 07 de outubro de 2012. Optou-se por estender a análise uma semana após as eleições para que se percebesse a utilização do Twitter por Chávez após os resultados.

Com base em uma pré-observação constatou-se que a batalha travada por Chávez no microblog se subdivide em duas: A *Batalha de Carabobo*, referente especificamente à campanha eleitoral, e a *Batalha de Ideias*, que perpassa por todo o período analisado e diz respeito à divulgação do seu projeto de governo: o socialismo do século XXI. As duas batalhas possuem inimigos explícitos: Henrique Capriles e o “campo político opositor”, que disputou as eleições presidências contra Chávez, e o capitalismo.

A elaboração de uma discussão sobre as táticas discursivas de Hugo Chávez no Twitter impõe desafios teóricos e metodológicos: teóricos tanto no sentido de dar conta de um contexto político, econômico e social que não o brasileiro quanto de um posicionamento crítico em relação a autores que tratam do chavismo (MORAES, 2010; SEABRA, 2010), que aciona muitas vezes por parte dos analistas posicionamentos ideológicos. E metodológico em termos da elaboração de procedimentos que dêem conta das especificidades das regras de

² Adenil Domingos em seu texto “A arma natural da política: a palavra” ao tratar da função pragmática da linguagem, esclarece que “esta vê a linguagem como meio de ação e de atuação sobre o outro, considerando interlocutores e contexto de fala. Os elementos linguísticos capazes de atuar no outro vão desde a seleção vocabular, a construção sintática, as figuras retóricas/linguísticas, até as estratégias semântico-pragmáticas, ao representar ideias e argumentos de modo persuasivo. (SOUZA;CARVALHO apud DOMINGOS, 2006, p.150).

funcionamento do Twitter e de sua interconexão – ou encadeamento, nas palavras de Sarlo (2011) – com os demais ambientes das redes sociais. Assim, a expectativa é que a pesquisa possa também trazer uma contribuição em termos metodológicos para outros pesquisadores da área, ou seja, pretende-se que haja uma utilização social da metodologia aqui proposta.

Para consecução de tal objetivo foi realizada uma análise de conteúdo do Twitter de Hugo Chávez bem como um aprofundamento da pesquisa bibliográfica sobre a trajetória política da Venezuela e de Chávez até os dias atuais (Capítulo 2), para que seu discurso no Twitter e o processo de midiatização de sua imagem pública política pudessem ser esclarecidos (Capítulo 4). As táticas discursivas de Chávez no período delimitado foram analisadas pelo viés de três categorias importantes da análise retórica: 1) **invenção** (diz respeito a como são inventados os argumentos em relação a certos objetivos); 2) **disposição** (ou como o discurso está organizado), estilo, memória (do locutor sobre o conteúdo de sua fala); e 3) **apresentação** (o que o locutor diz de si mesmo) – neste caso específico vale ressaltar que o modo como Chávez se apropria do Twitter enquanto dispositivo é um aspecto relevante a ser considerado na análise de seu modo de apresentação. (LEACH, 2002).

É apresentada, também, revisão sobre o uso político da Internet, em específico do Twitter (Capítulo 3), bem como o entendimento da lógica de funcionamento do microblog.

2 HUGO CHÁVEZ: UMA TRAJETÓRIA POLITICO-MIDIÁTICA

À luz da proposta de avaliação do discurso de Hugo Chávez, presidente da Venezuela, no ambiente do Twitter, este capítulo apresenta a história política da Venezuela, a partir de 1899 – período no qual o país passou a ser governado por ditadura militares, até a transição à democracia e os dias atuais do governo chavista. O capítulo discorre, também, sobre uma trajetória politico-midiática de Chávez desde 1992, ano que, como se verá adiante, pode ser considerado um marco inicial da midiatização da imagem pública política do mandatário.

2.1 História política da Venezuela

No período entre 1899 e 1945 a Venezuela foi governada por ditaduras militares, a mais marcante foi a de Juan Vicente Gómez, que governou de 1908 a 1935, ano de sua morte. Gómez ficou conhecido como “a personificação do atraso ao qual esteve condenado o país durante séculos” (MENDES, 2012, p. 38). Quem assumiu o poder após a morte de Gómez foram, respectivamente, o também militar Eleazar López Contreras (1935 – 1941) e Isaías Medina Angarita (1941 – 1945), que, segundo Mendes (2012), também não conseguiram lidar com as mudanças que estavam ocorrendo na Venezuela.

Já no final deste período foram dados os primeiros passos para o surgimento de uma democracia. Dois dos principais partidos políticos do país foram criados na década de 1940: Ação Democrática (AD) era um partido social democrata e foi criado em 1941, tendo como principal integrante Rômulo Bitencourt; e Comitê de Organização Política Eleitoral Independente (COPEI), um partido com ideologia democrata-cristã, criado em 1946 por Rafael Caldera. Esses dois partidos revezaram a liderança do país por longos 40 anos (1959 – 1999), em um pacto que ficou conhecido como *Pacto de Punto Fijo* (Pacto do Ponto Fixo).

Em 1945, AD em aliança com setores do exército afastou Medina Agarita do poder e acreditou ser possível dar início ao processo de democratização do país. Mas neste mesmo ano, partidos de oposição liderados pela COPEI e pela Ação Republicana Democrática (URD) – um partido social democrata fundado em 1945, aliados à Igreja e grupos econômicos realizaram um golpe civil-militar para a retirada da AD da presidência, alegando que o partido concentrava demasiado poder em suas mãos, transformando a democracia em “ditadura de um só partido” (MENDES, 2012, p. 57). As decisões tomadas pela AD no período ameaçavam importantes setores econômicos o que os levou à decisão do golpe. A AD incomodava mais

em relação a pretensões econômicas particulares do que a existência ou não de intenções democráticas.

Pérez Jimenez, então candidato da COPEI e da URD, foi eleito como representante da nova conjuntura militar na Venezuela, após o golpe de 1945. Governou o país de 1952 a 1958, e ficou conhecido como o presidente responsável pela modernização do país. A presidência de Jimenez foi a última antes do período da chamada “Grande Venezuela”, entre 1958 e 1978.

Entre 1958 e 1978, a Venezuela passou por um glorioso período (“Grande Venezuela”) no qual o país se encontrava em ótimas condições econômicas devido às exportações de petróleo. Liderada pelo *Pacto de Punto Fijo* (1959 – 1999), assinado em 31 de outubro de 1958 entre os partidos da COPEI, AD e UDR, a “Grande Venezuela” foi caracterizada por um amplo espírito democrático³. Para Mendes (2012) esse período provocou reflexos na sociedade venezuelana:

[...] primeiro, construiu-se a imagem de que havia no país uma vocação natural à democracia, ao consenso e à paz, uma natureza revelada em 1958 e que nunca mais desapareceria. Em segundo lugar, o elevado nível de consumo foi considerado como a plena realização da cidadania e da utopia democrática. E, por último, ampliou-se a noção de que o Estado era o responsável pelo bem-estar social [...]. (MENDES, 2012, p. 84).

Apesar de os três partidos (AD, COPEI e URD) fazerem parte do pacto, apenas AD e COPEI se revezaram no poder nesse período entre 1959 e 1999. Carlos Perez (AD) foi o último presidente da fase da “Grande Venezuela”, um feito importante de seu governo foi a criação da *Petróleos de Venezuela* (PDVSA), em 1976, uma empresa estatal que visava a nacionalização da exploração do petróleo (MENDES, 2012). Mas em 1979, no final do mandato de Pérez, já era possível perceber a crise econômica que se aproximaria da Venezuela nos próximos anos. Tal crise eclodiu após o início da década de 1980, Maringoni (2012) explica que:

Internamente, a crise foi agravada por sérios desequilíbrios fiscais e pela disparada da dívida pública, multiplicada por dez entre 1974 e 1978. A carga tributária venezuelana não alcançava 10% do PIB e o Estado era financiado em larga escala pela renda petroleira. O aumento dos juros internacionais e a quebra do México e do Brasil, no bojo da longa crise da dívida externa que atingiu vários países periféricos nos anos 1980, completavam o mosaico de turbulências. (MARINGONI, 2012).

³ A “Grande Venezuela” foi governada por Rómulo Betancourt da AD (1958 a 1963), Raúl Leoni, também da AD, (1964 a 1968), Rafael Caldera da COPEI (1969 a 1973) e Carlos Andrés Pérez da AD (1974 a 1979). (MENDES, 2012)

Mendes (2012) detalha a crise interna e externa por que passaria o povo venezuelano a partir de 1980:

Nacionalmente estava cada vez mais difícil sustentar os compromissos sociais do Estado e a manutenção de uma máquina burocrática inchada e corrupta, ainda que o preço do petróleo atravessasse um novo período de alta até 1981. [...] No cenário internacional começava a desaceleração do crescimento econômico: era o fim dos anos dourados da expansão capitalista, que foram surpreendentes, sobretudo, na América Latina. (MENDES, 2012, p. 88)

Em 18 de fevereiro de 1983, o então presidente Luis Herrera Campíns (COPEI) tomou algumas providências em relação à crise: desvalorizou a moeda nacional, aumentou o preço da gasolina no mercado interno, iniciou o combate à estrutura burocrática do Estado e reduziu investimentos sociais. Esse conjunto de medidas afetou todo o poder econômico da sociedade, em todas as classes e data que ficou conhecida na Venezuela como a “Sexta-Feira Negra”. (MENDES, 2012).

Em 1984, Jaime Lesunchi (AD) tomou posse como presidente e não conseguiu conter a crise. Já em 1988, Carlos Andrés Pérez (AD) venceu novamente as eleições presidenciais da Venezuela com 52,89% dos votos válidos. Com o país com altas taxas de inflação (quase 30%), de desemprego e a desvalorização da moeda, Carlos Pérez era a aposta para reativar a confiança da população no governo já que havia liderado o país na época da “Grande Venezuela”.

Para Mendes (2012), o novo plano de governo de Pérez baseou-se nesse mito do progresso da “Grande Venezuela”, com um sugestivo título de “Ação de governo para uma Venezuela moderna”, este plano prometia o retorno ao paraíso. Mas, logo duas semanas após a cerimônia de posse, em 16 de fevereiro de 1989, Pérez anunciou um pacote econômico que fez cair por terra as esperanças do povo venezuelano. Este pacote, conhecido como *A Grande Mudança*, compreendia medidas que afetavam diretamente a economia da população, com aumentos constantes de preços de alimentos, medicamentos e bens comuns, gerando uma enorme insatisfação popular, principalmente das camadas mais pobres.

O ponto principal dessa insatisfação foi a eclosão do *Caracazo*, ainda em 1989, que ficou conhecida como a maior rebelião popular da Venezuela, e foi violentamente reprimida pelo governo. “De um dia para o outro, uma democracia exemplar se havia convertido numa feroz ditadura.” (MENDES, 2012, p. 103). Ainda segundo Mendes (2012), a repressão do governo a essa rebelião mudou consideravelmente alguns aspectos da sociedade venezuelana: a partir de 1990, os números dos protestos de rua aumentaram e aumentou, também, o índice de abstenção nas eleições.

Já em 1992 ocorrem duas tentativas de golpe de Estado que resumem a insatisfação com o plano de democracia do *Punto Fijo* e com a crise por que passava a Venezuela. As duas tentativas foram lideradas por forças militares do Movimento Bolivariano Revolucionário 200 (MBR-200), do qual Hugo Chávez, então tenente-coronel, fazia parte.

O primeiro golpe ocorreu em 04 de fevereiro daquele ano⁴ e não obteve sucesso. Chávez ficou conhecido por toda a Venezuela por seu discurso de rendição que o caracterizou publicamente como responsável pela continuidade da revolução bolivariana na Venezuela, como pode-se notar no seguinte trecho: “Assumo a responsabilidade da sublevação, me rendo e entrego as armas, por agora, já que os objetivos que nós colocamos não foram atingidos. É tempo de evitar mais derramamento de sangue e refletir sobre o futuro.” (CHÁVEZ apud ROVAI, 2007, p. 22). Para Rovai (2007) o golpe, apesar de derrotado, propiciou dois pontos importantes para a revolução como um todo: buscou rompimento com um sistema que não resolvia os problemas da população, e gerou heróis nacionais, com destaque para Chávez, então tenente-coronel.

O segundo golpe militar ocorreu em novembro de 1992, houve protestos e saques a diversos estabelecimentos. O golpe também não obteve sucesso, apesar disso o MBR-200 ganhou força e passou a ser porta-voz da insatisfação popular e também a principal oposição ao governo de *Punto Fijo*. (MENDES, 2012)

Em 1993, o Congresso Nacional decidiu afastar Carlos Perez da presidência no primeiro impeachment da história do país, e neste mesmo ano Rafael Caldeira (COPEI), que governara o país entre 1969 e 1973, foi eleito, “apoiado por um amplo movimento de partidos que reunia dissidentes do Pacto de Punto Fijo e antigas forças da oposição” (MENDES, 2012, p. 125). A eleição de Caldeira era um índice de ruptura com o sistema que vigorava até então na Venezuela e que estava em crise, mas Caldeira não atendeu às expectativas.

Hugo Chávez e seus companheiros foram presos após as tentativas de golpe em 1992, mas em 1994 foram libertados e Chávez passou a ter como missão a divulgação da revolução bolivariana pela Venezuela.

Segundo Mendes (2012), o Movimento Bolivariano Revolucionário - 200 (MBR-200)⁵ foi fundado em 1982, período no qual se inicia a crise econômica na Venezuela, e seus membros, liderados por Jesús Urdaneta Hernández, Felipe Acosta e Hugo Chávez Frías, dedicavam-se aos estudos dos pensamentos de Ezequiel Zamora, Simón Rodríguez e Simón

⁴ Chávez em seus discursos apontará inúmeras vezes para essa data, que ficará marcada na história da Venezuela, segundo o mandatário, como de suma importância para o início da Revolução Bolivariana.

⁵ O número 200 é uma homenagem aos 200 anos de Simón Bolívar que seriam completados no ano seguinte, em 1983.

Bolívar⁶ para elaborar seu plano revolucionário. “Os três personagens são típicos representantes do liberalismo político latino-americano do século XIX.” (MENDES, 2012, p. 127) O MBR-200 acreditava na ideia de um Exército Libertador, ou seja, acreditavam que o exército era responsável pela evolução do país.

O movimento tinha influências variadas como: “[...] o nacionalismo bolivariano, o nacional-desenvolvimentismo, os governos militares em países como Peru e Panamá, e, finalmente, as organizações da extrema esquerda.” (MENDES, 2012, p. 140) e uma das maiores críticas era em relação ao neoliberalismo instaurado pela política do *Pacto de Punto Fijo*, que, segundo os revolucionários do MBR-200, não trazia benefícios à população que estava a morrer de fome.

A democracia representativa que vigorava na Venezuela até então era um dos fatores mais criticados pelos membros do MBR-200. Segundo eles a noção de representatividade tinha sido responsável por afastar o povo da política, resultando num movimento conhecido como “antipolítica”, que gerou grandes níveis de insatisfação e abstenção nas eleições. Os bolivarianos queriam que a democracia deixasse de ser representativa para ser “protagônica”, com a máxima participação da sociedade civil nas decisões políticas. (MENDES, 2012)

Esse movimento da “antipolítica” não caracterizava uma descrença na política em si, mas sim uma perda de confiança nas instituições democráticas. Isso colaborou muito para a ascensão do MBR-200 como líder de uma “vontade popular” (MENDES, 2012). O próximo passo seria a conquista do poder e para tanto era necessário recorrer-se à via eleitoral, neste ponto um questionamento importante é colocado por Mendes (2012, p. 197): como o MBR-200 mudaria sua postura, participaria das eleições e ainda garantiria certo distanciamento em relação àquele sistema que tanto criticava?

Em 1996 o Movimento decide participar com um candidato próprio às eleições na Venezuela, para tanto criam o partido Movimento Quinta República (MVR) que se difere do MBR-200 por ser uma estrutura vertical e centralizada que tinha a proposta única de ganhar as eleições. Já o MBR-200 tinha uma estrutura horizontal e descentralizada com o objetivo de conscientização política dos membros. (SEABRA, 2010). O Movimento foi intitulado como V (quinta) República por traduzir o sentimento de refundação da Venezuela, já que substituiria a chamada Quarta República – governada pelo pacto de Punto Fijo.

⁶ As obras dos três pensadores deram origem ao que Chávez intitula como “árvore de três raízes”. Ezequiel Zamora foi um líder popular na Guerra Federal do século XIX, Simón Rodrigues foi mentor de Simón Bolívar, que, por sua vez, foi herói das revoluções libertárias na América Latina. (MENDES, 2012).

O candidato às eleições presidenciais de 1998 pelo MVR era o tenente-coronel Hugo Chávez Frías. Foram realizadas pesquisas populares para chegar a dados concretos sobre a aceitação dessa candidatura e do lançamento do movimento como partido político. Para Mendes (2012), essas pesquisas transpareciam significativos indícios do que viria a ser o “fenômeno Chávez”: em 1994, uma pesquisa revelou que Chávez contava com 55% de aceitação e 26% de rejeição, já em 1995, outra pesquisa indicava que o MBR-200 obtinha apenas 4% de aceitação, apesar disso, 75% dos entrevistados eram a favor de um governo de “mão de ferro”, o que conferia pontos para Chávez por ser militar. A contradição dos números constata que havia uma preferência por Chávez apesar de uma negação ao Movimento. Mendes conclui que,

[...] esses números demonstravam que, apesar das iniciativas em prol de uma organização horizontal e inovadora do movimento, este possuía uma popularidade muito inferior à apresentada por Chávez. Esta constatação nos obriga a refletir sobre o peso que seu carisma teve sobre o sucesso do MBR-200. (MENDES, 2012, p. 201)

Chávez, então nomeado candidato do MVR, ganha as eleições de 1998 e da força ao bolivarianismo por ser uma figura central e imprescindível ao processo da revolução na Venezuela, “portanto, não causa espanto que em determinados momentos o chavismo se confundisse e até mesmo se chocasse com o bolivarianismo, entendido como a totalidade do processo em marcha.” (SEABRA, 2010, p. 215).

A partir daí, Chávez é reeleito em 2000 e 2006; ganha quatro referendos constitucionais: dois em 1999, um em 2004 e outro em 2009; e outro referendo revogatório de seu mandato em 2007; e perde apenas um referendo constitucional em 2007. (MORAES, 2010). Essas vitórias ajudaram a corroborar com a construção e consolidação do “fenômeno Chávez” na Venezuela e o enorme apoio popular de Hugo Chávez.

2.2 O governo Chávez: quatorze anos no poder

Hugo Rafael Chávez Frías nasceu em 1954 na humilde província de Sabaneta de Barinas na Venezuela. Disputou as eleições presidenciais de 1998 com Irene Sáez, uma ex-miss universo responsável por fundar o partido IRENE (*Integración y Renovación Nueva Esperanza*). Nas pesquisas, Sáez aparecia como favorita, mas uma aliança com o COPEI fez cair por terra sua aceitação. O outro candidato era Henrique Sala Römer, que governou o estado de Carabobo. Na ocasião, 64% dos eleitores compareceram as urnas e Chávez venceu

as eleições com 56% dos votos válidos contra 39% de Römer e 2% de Sáez. Segundo Moraes (2010), Chávez chega ao poder representando a insatisfação popular com os partidos e políticos tradicionais venezuelanos.

Para Seabra (2010), é neste momento em que Chávez ocupa o poder na Venezuela que ocorrem mudanças profundas na população: de vítimas de poder as pessoas passam a ser sujeitos-poder. Conforme discurso pronunciado pelo próprio Chávez, em seu livro “Senderos de La via bolivariana”, publicado em 2007: “O povo soberano deve se transformar no objeto e no sujeito do poder. Essa opção não é negociável para os revolucionários.” (CHÁVEZ apud SEABRA, 2010, p. 213) Esses revolucionários citados por Chávez são aqueles que seguem a doutrina deixada por Simón Bolívar na América Latina que tem como um dos objetivos promover uma maior interação entre partidos, movimento e organizações para promover participação ao invés da pura e simples democracia representativa. (SEABRA, 2010)

Enquanto estiveram presos pelos golpes de Estado ocorridos em 1992, Chávez e seus companheiros começaram a articular a tomada do poder. Segundo Marcano e Tyszka (2006), esse período aprisionado foi um dos mais importantes para a consolidação de Chávez como um símbolo no país. Visitantes faziam enormes filas para cumprimentar o líder do golpe de Estado que passou a ser um fenômeno de popularidade. Um sacerdote que visitava Chávez não hesitou em dizer: “Levante-se, que nas ruas você é um herói.” (MARCANO; TYSZKA; 2006, p. 118).

Seus companheiros destinavam seus breves telefonemas a familiares e amigos, já Chávez dedicava seus minutos de comunicação para dar entrevistas a jornalistas importantes, pregando seus ideais de luta e conquista do poder. O tenente-coronel começou a criar uma fé messiânica em si mesmo de forma a crer que tinha uma missão a ser realizada na Venezuela. (MARCANO; TYSZKA, 2006). Esse fato sugere que o ano de 1992 foi um marco no início da midiaticização da imagem pública política de Hugo Chávez.

Esta fé messiânica muito se espelhava na admiração e relação simbólica que Chávez tem por Simón Bolívar. Bolívar era militar e foi um importante líder político da Venezuela no século XIX. Na América Latina é considerado um herói, visionário, revolucionário e libertador. Lutou nas guerras de independência da América Espanhola na Bolívia, Colômbia, Equador, Panamá, Peru e Venezuela⁷.

Na Venezuela, o culto a Bolívar não se limita a um debate somente no âmbito do exército e das forças militares, mas está enraizado na cultura política venezuelana como um

⁷ A Bolívia conquistou a independência da América Espanhola em 1825, a Colômbia em 1819, o Equador em 1824, Panamá e Peru em 1821 e a Venezuela em 1810.

todo, desde o século XIX. “Na história venezuelana, lembrar o nome e o programa do Libertador sempre foi uma forma de ampliar o apoio para determinado projeto político”, seja ele conservador, radical ou liberal. (MENDES, 2012, p. 133). O culto a Bolívar passou a ser uma espécie de religião.

Segundo Krauze (2011) esta fé em Bolívar surgiu de um culto popular espontâneo em 1842, 12 anos após a morte do mesmo, e essa sacralização foi abençoada pela Igreja. O culto a Bolívar tornou-se, portanto, o elo da sociedade venezuelana.

Já o movimento intitulado *bolivarianismo* teve início na década de 1980 pelo MBR-200. Para Mendes (2012) esse movimento é uma forma concretizada da ilusão do progresso venezuelano, ou seja, cria esperanças e utopias pelo fim das heranças coloniais. Mas essa apropriação do mito de Bolívar pelos ideais do MBR-200 e, principalmente por Hugo Chávez, teria sido muito bem planejada, como sugere Krauze (2011).

Chávez declarou que “se o mito de Bolívar ajuda a fazer as pessoas e as ideias se moverem, isso é bom” (CHÁVEZ apud KRAUZE, 2012, p. 532). O culto a Bolívar tornou-se uma ideologia da revolução que Hugo Chávez pretendia realizar na Venezuela.

Simón Bolívar tornou-se “‘nosso Pai infinito’, ‘gênio da América’, ‘estrela brilhante’, ‘formador de repúblicas’, ‘verdadeiramente grande herói de nosso tempo’, ‘verdadeiro mestre desse processo’”. (KRAUZE, 2011, p. 534). Logo nos primeiros anos de mandato, Chávez declarou que em homenagem a Bolívar o país receberia o nome de República Bolivariana da Venezuela e a nova Constituição de 1999 seria baseada na doutrina do revolucionário. As cerimônias que cultuavam Bolívar no governo Chávez não tiveram limites a partir de então, tanto na mídia como um todo quanto nas propagandas oficiais, e começaram a fazer parte do cotidiano dos venezuelanos, como relata Krauze (2011):

As massas ouviram Bolívar falar através de seu presidente e ao longo dos séculos sobre todos os temas imagináveis: o petróleo, o movimento operário, a revolução social, as vantagens e as necessidades do socialismo. Elas começariam a comprar bananas, arroz e frangos bolivarianos, cortar o cabelo com barbeiros bolivarianos. (KRAUZE, 2011, p. 534).

O bolivarianismo se tornou, portanto, um quadro de referência do plano de governo de Chávez. Mas, de acordo com Krauze (2011), Chávez não apenas apropriou-se das ideias do revolucionário Bolívar, mas apropriou-se do carisma de Bolívar para transformar a si próprio em líder único e também herói venezuelano, contribuindo para a concretização do chavismo.

Através dos muitos discursos do líder máximo da Revolução Bolivariana, traços originalmente atribuídos a Bolívar foram progressivamente transferidos para o homem que parece ser o maior herói de Chávez: ele mesmo. (KRAUZE, 2011, p. 548).

Para o autor, Chávez estaria convencido de que é um líder messiânico e salvador da pátria. Para o presidente Venezuelano, a história não é feita por meio de luta de classes, raças ou nações, mas sim pela determinação de heróis que guiam o povo à glória, e ele seria, portanto, o novo herói da Venezuela.

Chávez ainda pensava na via violenta e golpista para chegar ao poder, mas os companheiros do MBR-200 convenceram-no de que a via democrática era a melhor opção. Sua campanha baseava-se no lema: “Pela Assembleia Constituinte, contra a corrupção, pela defesa das dívidas sociais, por aumento geral de soldos e salários. Governo Bolivariano já.” (MARCANO; TYSZKA; 2006, p. 152) e em duas fortes premissas nacionalistas: contra a corrupção dos partidos oposicionistas e contra os imperialismo dos Estados Unidos.

Hugo Chávez assume o poder da Venezuela em 2 de fevereiro de 1999 como presidente mais jovem da história do país e sem ter ocupado nenhum cargo político anteriormente. No primeiro ano de governo convocou um referendo popular para a nomeação de uma Assembleia Nacional Constituinte para rever o texto da Constituição. Apenas 37,65% do eleitorado votou neste referendo, e a nova Constituinte foi aprovada com 87,75% dos votos válidos. O governo chavista encarregou-se de eleger os novos membros da Assembleia, o que aterrorizou a oposição: 95% das cadeiras foram compostas por companheiros da revolução bolivariana, apenas seis cadeiras ficaram destinadas aos opositores.

Seis meses após a Assembleia Constituinte ser aprovada a nova Constituição foi apresentada ao país. Um novo referendo foi realizado para aprovação da mesma: com uma abstenção de 55% do eleitorado, foi aprovada com 71% dos votos válidos. Além da alteração do nome do país para República Bolivariana da Venezuela, a Constituição de 2000 institucionalizou a reeleição para cargos do Executivo; o aumento de cinco para seis anos do mandato presidencial; a extinção do Senado e da Suprema Corte com a criação dos Poderes: o Eleitoral e o Cidadão; e a garantia do mandatário de dissolver a Assembleia Constituinte; e de comandar com mais autonomia as políticas econômicas do Banco Central. (SOARES, 2012). O que se percebe como principal característica da nova Constituição é a concentração do poder nas mãos de Chávez. Importante destacar que, segundo Eco (2012), é comumente atribuído a líderes carismáticos o fato de, dentre suas primeiras atitudes como governantes, alterarem a constituição a seu favor.

Logo no primeiro ano de governo, o mandatário divulga o “Plano Bolívar 2000” que visa o bem-estar social com a construção de casas e mercados populares em colaboração com o Exército das Forças armadas, o que chama a atenção e atrai maior aceitação das camadas mais pobres da Venezuela.

Em 2000, Chávez decide convocar novas eleições presidenciais, muito para concretizar sua aceitação popular. As eleições de 2000 ficaram conhecidas como “mega-eleições” por eleger num só dia (30 de julho) presidente, governadores, parlamentares nacionais e regionais, prefeitos e vereadores. Como relata Soares,

[...] com 59,7% dos votos, Hugo Chávez foi reconduzido ao poder na mais ampla vitória eleitoral desde a eleição de Rómulo Gallegos, em 1947. No Parlamento, novo triunfo governista, com 60% das cadeiras ocupadas por aliados de Chávez. Os antigos partidos sofreram outra derrota, tendo se afastado com ainda mais vigor da vida política do país. Evidenciava-se então que o chavismo era muito mais do que um fenômeno efêmero e passageiro. Hugo Chávez e sua Revolução Bolivariana seguiriam a frente da Venezuela por, pelo menos, mais seis anos. (SOARES, 2012, p. 94).

A aceitação de Chávez e de sua revolução parecia inegável, o mandatário conquistava seguidores e devotos de suas ideias a cada dia. Mas com o tempo começou-se a formar uma oposição forte à sua nova República, esta oposição era constituída principalmente por membros da classe média, membros da Igreja e donos de Meios de Comunicação importantes no país. As denúncias ao governo chavista diziam respeito ao tratamento do mandatário com a educação do país – quando impõe a reescrita dos livros didáticos sobre a história da Venezuela; sua aproximação ideológica com o líder de Cuba, Fidel Castro; e seu tratamento para com os meios de comunicação – como veremos a seguir.

A disputa midiática na Venezuela é intensa, os veículos de informação se concentram em poucas mãos. Segundo Rovai (2007), esses veículos de comunicação e informação por terem perdido considerável espaço se tornaram força contrária ao poder político do país e exerceram um papel similar a de um partido de oposição quando apoiaram duas tentativas de retirada de Chávez do poder, em 2002. A primeira tentativa, em 11 de abril de 2002, que colocou Pedro Carmona no poder foi, segundo Rovai (2007) um golpe midiático-militar, com a constante tentativa dos meios massivos de comunicação venezuelanos de denegrir a imagem de Hugo Chávez:

[...] o discurso dos meios é unificado por um instrumento de padronização da cobertura, conhecido pelos venezuelanos como “uma sola voz”. Trata-se de um processo de concentração de conteúdo, principalmente nas emissoras de TV, mas também em emissoras de rádio e jornais impressos. [...] A reportagem é divulgada pelas emissoras com o mesmo enfoque, o que impede que haja contradições, principalmente na cobertura política. (ROVAI, 2007, p. 30).

Chávez também possui um programa transmitido aos domingos pela emissora de televisão estatal *Venezolana de Televisión* (VTV), intitulado *Alo, Presidente* o programa é um importante ponto de contato com a população no qual o presidente cita muitas vezes Simón Bolívar e ataca os opositores. O programa foi ao ar a primeira vez em 23 de maio de 1999, logo no primeiro ano de mandato de Chávez.

Neste mesmo programa, em 7 de abril de 2002, Chávez demite, ao vivo, alguns importantes gerentes da principal empresa petrolífera da Venezuela (PDVSA), fato decisivo para que os meios de comunicação opositores atrelassem a decisão do mandatário à uma ação antidemocrática do presidente e iniciassem a tentativa do golpe. Empresários e trabalhadores entraram em uma greve convocada pela mídia contrária ao governo, a paralisação não foi maciça, mas suficiente para que, no dia 10 de abril de 2002, a Confederação dos Trabalhadores da Venezuela passasse a declarar prazo indeterminado à greve e anunciasse dois objetivos: a readmissão dos gerentes da PDVSA e a renúncia de Hugo Chávez. (ROVAI, 2007)

Um show midiático havia sido criado para justificar o golpe, que aconteceu em 11 de abril, com marchas e passeatas acompanhadas pelos principais canais de televisão. As emissoras RCTV, Venevisión e Globovisión transmitiam ao vivo o que acontecia nas ruas da Venezuela, inclusive o suposto assassinato de protestantes por franco-atiradores contratados pelo Estado – o que foi, posteriormente, desmentido já que os assassinatos foram provocados pelos próprios protestantes. Em 12 de abril os veículos já anunciavam a renúncia de Chávez e Pedro Carmona como o novo presidente do país, mas não davam informações específicas sobre onde estaria Hugo Chávez e porque ele teria renunciado, houve um “silêncio informativo”. A população venezuelana dos bairros mais pobres e periféricos procurava buscar informações em vias alternativas como a internet, para pesquisar informações da mídia internacional, telefones fixos, celulares e até *moto-boys* que circulavam de bairro em bairro levando e trazendo novas informações. (ROVAI, 2007)

Ainda segundo o autor, houve saques e protestos por toda parte e partidários de Hugo Chávez já se articulavam para a retomada do poder. Os golpistas tentaram divulgar pela CNN uma matéria que dizia que Chávez estaria exilado com familiar em Cuba a pedido do próprio. A matéria foi veiculada com a intenção de parecer que Chávez havia abandonado seu povo. A tentativa não deu certo, 1 milhão de pessoas já estavam à frente do Palácio de Miraflores protestando e pedindo por um contra-golpe e Carmona já havia se refugiado na base militar. O contra-golpe é realizado, mas nenhum canal de TV ou emissora de rádio da Venezuela

transmitiu o retorno de Chávez ao poder, o que para Rovai (2007) foi o maior silêncio informativo da história latino-americana até então.

Logo após o golpe de 11 de abril, os meios de comunicação contrários ao poder de Chávez já estavam em vias de tentar outra derrubada de poder, iniciado por Júlio Borges (apresentador de um programa na emissora RCTV e líder da oposição pelo partido Primeiro Justicia). Eles reivindicavam novas eleições e contestavam a legitimidade da presidência de Chávez. Foram realizadas novas campanhas massivas nos veículos de comunicação para que o povo fosse às ruas e para que houvesse paralisações nas empresas de petróleo.

O que os chavistas fizeram em relação a mais esta tentativa foi decisiva, segundo Rovai (2007): culpavam diretamente os veículos de comunicação pelo que estava ocorrendo. A oposição tentou, então, promover um colapso na economia venezuelana com a paralisação da produção de várias empresas, além do apoio à sonegação fiscal em campanhas abertas (nas emissoras de rádio e TV) para que a população parasse de pagar impostos. O golpe, que estava previsto para o natal de 2002, não obteve êxito e, dessa vez,

[...] diferentemente do golpe midiático-militar, o governo contava tanto com a resistência dos meios de informação alternativa, que se fortaleceram e se multiplicaram após abril de 2002, quanto com o fortalecimento da mídia estatal, o que proporciona nova correlação de forças na disputa midiática. (ROVAI, 2007, p. 100)

Este ano de 2002 é também importante de ser salientado como um marco em termos da midiaticização da imagem de Chavez, por ter consolidado um controle maior da imprensa e da mídia em geral nas mãos do presidente em consequência do fortalecimento da mídia estatal.

E é, também em meados de 2002, que o governo chavista complexifica ainda mais o relacionamento com os meios de comunicação da Venezuela quando lança a Lei Orgânica de Telecomunicações, que dá ao Executivo o poder de suspender programas que sejam “ofensivos” ao governo no intuito de resguardar os interesses da nação. Para a oposição o governo chavista é responsável por censurar a liberdade de expressão. Chávez se defende dizendo que os meios de comunicação mentem, abusam da inocência do povo e manipulam informações sobre a situação de seu governo.

Cabe ainda informar que essa greve nas empresas, que durou 63 dias, gerou déficits enormes para a economia da Venezuela com um impacto de 10% no PIB, algo em torno de nove bilhões de dólares. Chávez decidiu, já em fevereiro de 2003, demitir 18 mil petroleiros envolvidos na paralisação. (MARCANO; TYSKA, 2006), o que deu ao mandatário um comando expressivo da PDVSA.

Também, o impacto internacional gerado pelo golpe de 2002 é importante de ser analisado: países como Estados Unidos e Espanha foram a favor do golpe e declararam que Chávez havia renunciado, sem que o mandatário tivesse oficialmente se retirado do cargo. Isto fez com que as relações da Venezuela com o governo norte-americano ficassem ainda mais difíceis já que Chávez acusou os EUA de apoio à elite oposicionista venezuelana. A partir de 2003, o mandatário começa um novo governo com uma nítida polarização de opiniões dentro e fora da Venezuela e, portanto, com implicações no sentido de aumentar os desafios em termos da consolidação de sua imagem pública política.

É nesse momento que se observa o surgimento de críticas de cunho populista ao governo chavista relacionadas à criação das chamadas “Missões”. Essas Missões são planos do governo de Chávez adotados nesse ano para assistência social e ajuda aos pobres. Como relatam Marcano e Tyska (2006), o primeiro desses planos foi o *Barrio Adentro* que se destinava a atender a problemas de saúde nos grandes bairros populares. Logo após veio a *Misión Robinson* para alfabetização; a *Misión Sucre* e a *Misión Ribas* para atender à parte da população que não teve condições para estudar; A *Misión Vuelvan Caras* para combate ao desemprego; a *Misión Miranda* para beneficiar as pessoas que fizeram parte da Força Armada Nacional; e por fim a *Misión Cristo* que envolve todas as demais missões e tinha como principal objetivo acabar com a pobreza no país até 2021. Muitas das Missões possuem títulos associados a conquistas importantes de Bolívia, bem como à religião cristã, muito presente dos discursos de Chávez.

Para Oppliger (2010), as missões, enquanto políticas sociais, apresentam sérios problemas: não há como medir os seus rendimentos; acabam por formar uma estrutura paralela aos já criados ministérios; o financiamento vem diretamente da empresa estatal de petróleo, a PSVSA. Ao todo são 27 Missões com metas variadas que muitas vezes se sobrepõe umas as outras, ainda segundo o autor, essa política social adotada por Chávez não dá conta de seus gastos e provém, na maioria dos casos, de um ideário pessoal do mandatário. Já para Marcano e Tyska (2006), a maior eficiência das Missões tem sido de cunho eleitoral, e pôde ser percebida no referendo revogatório de 2004, que contou com 5.6 milhões de votos a favor da permanência do mandatário na presidência.

A necessidade da criação das Missões surge da vontade política e econômica do governo chavista de repartição dos lucros petroleiros, dos quais a economia da Venezuela depende totalmente. Para Soares (2012), as críticas a essa política social inaugurada em 2004 podem ser contundentes, mas

[...] o que parece irrefutável, entretanto, é que nos últimos sete anos a Venezuela inaugurou novos marcos constitucionais e políticos segundo os quais uma parcela relevante da renda petroleira vem sendo distribuída a setores da sociedade que se mantiveram, durante décadas, excluídos de qualquer aspecto referente ao fato de que o país é um dos maiores exportadores de petróleo do mundo. (SOARES, 2012, p. 102).

O que a oposição e suas críticas apontam é que a Venezuela, sob o governo de Chávez, passou a depender ainda mais das exportações do petróleo já que a PDVSA repassa cada vez mais recursos aos projetos de assistência social. Apesar disso, índices mostram que a economia venezuelana obteve um crescimento importante: em 2004 cresceu 18,3%; em 2005, 10,3%; e em 2006, 10,3%. O PIB aumentou em 76% entre os anos de 2003 e 2007. (SOARES, 2012).

A partir deste quadro econômico venezuelano das Missões, parte considerável de pesquisadores, economistas e cientistas políticos considera a política de Chávez como populista ou neopopulista, a exemplo de Keller (2004) que diz que o “populismo não é senão uma maneira de assistencialismo ou de patronato por parte do Estado que alvita a liberdade das pessoas obrigando-as a depender de políticas redistributivas que lhes permitam viver no limite da sobrevivência.” (KELLER, 2004, p. 124).

Doyle (2011) discorre que o fenômeno do populismo está presente tanto em governos de esquerda quanto nos de direita. Tal fenômeno pode ser explicado pelo nível de confiança que os cidadãos atribuem aos governos democrático-liberais existentes na América Latina, ou seja, especialmente quando a confiança nas instituições políticas é baixa, os eleitores se sentem atraídos pelos candidatos que se dizem radicais “outsiders”, que vão contra a política vigente.

O autor ainda investiga, em pesquisa, algumas hipóteses, além da confiança nas instituições políticas, que fazem com que o populismo ganhe apoio eleitoral em alguns países latino-americanos, tais como: 1) a probabilidade do surgimento do populismo pode ser maior em países com tradição em mobilizações populares; 2) nos países em que houve grande impacto do liberalismo econômico e globalização, os eleitores se sentem mais atraídos por candidatos radicais “outsiders” que podem vir a solucionar os problemas econômicos do Estado e prover um equilíbrio nos impactos da economia; 3) quanto maiores os índices de inflação de um determinado governo, maiores as chances do eleitorado apoiar governantes populistas.

Para tais hipóteses, o autor confirmou aspectos importantes: os índices de inflação e o enfraquecimento das instituições partidárias vigentes em determinado país, determinam

consideravelmente a eleição de candidatos ditos, pelo autor, como populistas. Mas os índices de mobilização social e dos impactos do liberalismo econômico e da globalização obtiveram números negativos quanto à influência na escolha dos candidatos populistas.

Já para Lanzaro (2007), os governos latino-americanos de esquerda e centro-esquerda contemporâneos se subdividem em três categorias: a) os governos que, segundo o autor, são caracterizados como novos populistas, como Hugo Chávez na Venezuela, Evo Morales na Bolívia e Rafael Correa no Equador; b) os governos que provem de políticas nacional-populares, como Nestor Kichner na Argentina, e atualmente a de Cristina Kichner; c) os governos sociais democráticos, com Luiz Inácio Lula da Silva no Brasil, Ricardo Lagos no Chile e Tabaré Vázquez no Uruguai.

Para o autor, é importante destacar que os novos governos populistas nascem em estruturas nacionais carentes de equilíbrio de poderes e competitividade, com sistemas de partidos fracos ou decomposição (LANZARO, 2007, p. 5) que trazem consigo líderes com características extremamente personalistas e com um discurso forte da antipolítica. Além disso, os novos governos populistas constroem uma relação intensa líder/massa como estratégia eleitoral. Ainda para o autor, tais governos obtêm baixa qualidade democrática por consolidarem um poder muito controlador e, algumas vezes, autoritário.

Lanzaro (2007) caracteriza o governo de Chávez como um populismo radical com aspirações revolucionárias. Diz ainda que:

[...] há uma apelação nacionalista e um ímpeto de ruptura em relação à IV República. O caráter de ‘outsider’ do presidente pronuncia uma quebra com a política tradicional e junto com a distribuição de bens públicos, ajuda a construir o líder emergente, que obtém um apoio popular considerável, especialmente entre os setores marginalizados e os trabalhadores. (LANZARO, 2007, p. 8, tradução nossa⁸).

Mas há uma vasta discussão e variadas divergências quanto ao uso do termo populismo e sua recente derivação, o neopopulismo.

Segundo Mitre (2008), o termo populismo carrega uma longa história que se deu início com os ideais socialistas do século XIX, especificamente na Rússia, com a tentativa de implantação de uma democracia camponesa. Já no século XX, o populismo foi utilizado para designar as revoltas de origem rural na América do Norte. Essas revoltas não eram idealizadas

⁸ “Hay una apelación nacionalista y un ímpetu de ruptura respecto a IV República. El carácter de ‘outsider’ del presidente pronuncia el quiebre con la política tradicional y junto con la distribución de bienes públicos, ayuda a construir el liderazgo emergente, que logra un atractivo popular considerable, especialmente entre los sectores marginales y los trabajadores informales.” (LANZARO, 2007, p. 8).

especificamente pelo socialismo, mas caracterizavam um descontentamento do povo em relação ao avanço do grande capital agrícola. O termo populismo ganhou força na América Latina a partir da fase nacional desenvolvimentista e caracterizava determinados tipos de governos.

Para Villas (2003) e Mitre (2008), o populismo clássico latino-americano, característico do período entre as décadas de 1930 a 1960, apresenta peculiaridades em relação aos outros movimentos também considerados populistas. A principal diferença é o caráter urbano e modernizador. Villas (2003) cita outras características importantes:

[...] uma ampla mobilização social; a integração das classes populares principalmente, mas não exclusivamente, urbanas em um esquema de articulação política multiclassista; a promoção de uma maior diferenciação econômica capitalista com ênfase na industrialização, impulsionada por um Estado intervencionista dentro de uma estratégia econômica mista e do alinhamento internacional; ressonâncias ideológicas nacionalistas; com uma condução fortemente personalista. (VILLAS, 2003, p. 14)

O populismo clássico latino-americano, portanto, para Villas (2003), foi uma resposta a um determinado momento do capitalismo que tinha como principais objetivos a melhor distribuição de renda e a promoção do mercado interno. Os governos desta época que bem caracterizavam o populismo foram o de Getúlio Vargas no Brasil (varguismo), e de Perón, na Argentina (peronismo). Outra característica importante do populismo clássico latino-americano é a reconfiguração da sociedade por meio da ascensão das classes mais populares e da relação líder/massa, através dos sindicatos, comitês, e organizações, que proporcionou a essas classes, desempenhar um papel político e social inédito.

Para Mitre (2008) é a partir da década de 1980, marcada pelo início da orientação neoliberal, que surgem as primeiras tentativas de desvincular o populismo de sua referência à fase nacional desenvolvimentista. O fenômeno populista passou a ser caracterizado como um “vírus”, uma doença crônica de partidos majoritariamente de esquerda. Esses governos passavam a adotar medidas macroeconômicas que estimulavam os gastos públicos e os salários com intenção de fazer crescer suas economias de forma rápida. Eram bastante criticados pelas teorias da boa economia por não escolherem medidas que tenderiam a aumentar gradualmente a produtividade.

É a partir dessa fase que surge a hipótese do “neopopulismo”, “uma vez que o populismo [...] assumiu a condição de síndrome sem relação com o sistema social, e sua causa passou a se alojar no temperamento afoito de algumas lideranças, ficou expedito o ‘caminho para a formulação da hipótese neoliberalista’”. (MITRE, 2008, p. 12). Surgiram, então, alguns traços

que pontuavam e agrupavam certos regimes na hipótese neopopulista, tais como políticas clientelistas, personalismo e políticas assistencialistas. O termo populista, segundo Mitre (2008), se converte, nesse momento, em um “adjetivo sem coloração ideológica” e passa a ser aplicado a governos de esquerda ou de direita.

Villas (2003) esclarece que para alguns estudiosos o populismo é apenas um discurso político (reducionismo discursivo), já para alguns economistas o populismo é um conjunto de políticas monetárias e de gasto público (reducionismo econômico) o que, para Villas (2003), é um desconhecimento de que esta prática não é exclusiva do populismo e não foi utilizada por todos os regimes populistas. Ainda para o autor, essas concepções reducionistas do populismo que abriram caminho para a formulação do neopopulismo faz desse novo termo um pastiche conceitual do populismo.

O governo de Alberto Fujimori no Perú, que se deu início em 1990, foi, inúmeras vezes, rotulado de neopopulistas por pesquisadores políticos. Fujimori recebeu significativo apoio de praticamente todas as camadas da sociedade, promoveu um autogolpe de Estado em 1992 por meio de manipulações institucionais, e, economicamente, promoveu um regime extremamente neoliberal. Além disso, possuía um traço profundamente personalista em sua liderança.

Alguns governos que ocorreram concomitantemente ao de Fujimori, tais como de Salinas, no México e Menem, na Argentina, que também possuíam caráter personalista forte, realizaram reformas macroeconômicas neoliberais e políticas sociais para angariar apoio eleitoral, foram igualmente caracterizados como neopopulistas.

A utilização do termo neopopulismo para caracterizar esses novos regimes, para Villas (2003), parte de duas premissas básicas: a primeira diz respeito à personalização forte do líder, e a segunda, diz respeito à crise de representação política por que passaram tais governos, o que favorece a eleição dos chamados *outsiders*. Essas duas características estão fortemente presentes no populismo clássico e, segundo o autor, são retiradas do seu contexto para dar conta de caracterizar os novos governos latino-americanos.

No caso específico da Venezuela, segundo Mitre (2008), o chavismo, atualmente, é o que melhor caracteriza essa apropriação errônea do termo populismo, o que dificulta uma melhor compreensão do quadro político atual. Para o autor, a redução do chavismo a um governo populista a partir de determinados traços não colabora no entendimento do sistema geral do governo de Chávez, e só serve como recurso para discussão no embate político.

Para Bobbio, Metteu e Pasquino (1998) populismo constitui: “as fórmulas políticas cuja fonte principal de inspiração e termo constante de referência é o povo, considerado como agregado social homogêneo e como exclusivo depositário de valores positivos, específicos e

permanentes.” (BOBBIO; METTEU; PASQUINO; 1998, p. 980). Hugo Chávez, durante todo seu governo, assumiu a postura de um líder personalista, carismático que sempre buscou relacionar-se constantemente – e diretamente –, como visto, com o povo. Considerado um *outsider* quando eleito, por advir do Exército Militar e não de uma carreira política consolidada Chávez é um grande exemplo da caracterização de um governo neopopulista.

Villas (2003) chama atenção para o fato de que, ao contrário do populismo, a hipótese do neopopulismo enfraquece a relação líder/massa. Isso se deve ao fato de que, no populismo clássico latino-americano, a massa se organizava em ações políticas como sindicatos e instituições. Com o advento e massificação dos meios de comunicação, a relação líder/massa se dá muito facilmente por esses meios, empobrecendo as instituições e as mediações politicamente organizadas. Sendo assim, “o povo organizado do populismo foi transformado em um público de indivíduos sem outro referente real ou simbólico que não o discurso do governante.” (VILLAS, 2003, p. 26, tradução nossa⁹).

Villas (2003) cita, ainda, significativas diferenças entre o populismo e os governos ditos como neopopulistas:

Enquanto o populismo significou o desenvolvimento de um capitalismo com distribuição de renda e ampla organização popular, esses regimes (*neopopulistas*) promovem a concentração do capital, o desmantelamento dos serviços públicos estatais, a desmobilização popular e a debilidade das condições sociais para o exercício da cidadania. Enquanto o populismo foi participativo, esses regimes são autoritários; o efeito social e politicamente integrador e mobilizador do populismo nestes regimes (*é*) desmobilização, marginalização e fragmentação; a promoção de grandes organizações de classe é agora individualização forçada das relações sociais; o capitalismo produtivo com distribuição de renda e crescimento dos níveis de emprego foi substituído pela desindustrialização, o deterioramento dos mercados de trabalho e a especulação financeira; o Estado regulador foi transformado em Estado privatizador. (VILLAS, 2003, p. 29, tradução nossa¹⁰).

Para o autor, os governos neopopulistas seriam, portanto, anti-populistas. Villas (2003) propõe que tais governos ditos “neopopulistas” sejam caracterizados como “democracias delegativas”, termo utilizado por O’Donnell (1991),

⁹ “El pueblo organizado del populismo fue transformado en un público de individuos sin otro referente real o simbólico que el discurso del gobernante.” (VILLAS, 2003, p. 26).

¹⁰ En lo que el populismo significó de desarrollo de un capitalismo con distribución de ingresos y amplia organización popular, estos regímenes promueven la concentración del capital, el desmantelamiento de servicios públicos estatales, la desmovilización popular y el debilitamiento de las condiciones sociales para el ejercicio de la ciudadanía. En lo que el populismo fue participativo, estos regímenes son autoritarios; el efecto social y politicamente integrador y movilizador de populismo es en estos regímenes desmovilización, marginación y fragmentación; la promoción de grandes organizaciones de clase es ahora individuación forzosa de las relaciones sociales; el capitalismo produtivo con distribución de ingresos y crecimiento del empleo fue reemplazado por la desindustrialización, el deterioro de los mercados de trabajo y la especulación financiera; el Estado regulador fue transformado en Estado privatizador. (VILLAS, 2003, p. 29).

As democracias delegativas se fundamentam em uma premissa básica: o [...] que ganha uma eleição presidencial é autorizado a governar o país como lhe parecer conveniente e, na medida em que as relações de poder existentes permitam, até o final de seu mandato. *O presidente é a encarnação da nação*, o principal fiador do interesse nacional, o qual cabe a ele definir. [...] Como essa *figura paterna* tem de cuidar do conjunto da nação, é quase óbvio que sua sustentação não pode advir de um partido; *sua base política tem de ser um movimento*. (O'DONNELL, 1991 p. 30, grifo nosso)

Ainda para O'Donnell (1991), as eleições em democracias delegativas são um processo muito emocional e, após seus resultados, espera-se que os eleitores – uma vez empolgados com a escolha do candidato – voltem à condição de espectadores passivos, mas com possibilidades de virem a se animar novamente com as decisões que serão tomadas pelo vencedor.

A aproximação cada vez maior com o povo e com as camadas populares contribuiu para a reeleição de Chávez em 2006¹¹, o que possibilitou o mandatário a continuação no poder até os dias atuais. O mandatário venceu as eleições em 2006 criticando o governo capitalista de George W. Bush, então presidente dos Estados Unidos, e dedicando sua vitória ao povo cubano e a Fidel Castro.

Dessa vez Hugo Chávez contava com 100% das cadeiras da Assembleia Nacional composta por companheiros do governo já que, nas eleições para Assembleia em 2005 a oposição, em protesto, não participou das votações.

O governo chavista, apesar das críticas da oposição, consolidou respaldo e legitimidade perante a maioria da população venezuelana. Os programas de assistência social só aumentaram enquanto os percentuais de pobreza no país diminuía: “entre 2004 e 2005 a pobreza diminuiu de 53,1% para 38,5%.” (SOARES, 2012, p. 108).¹²

Em março de 2007, Chávez decide criar o Partido Socialista Unido da Venezuela (PSUV), baseado em ideais do chamado “socialismo do século XXI”, o partido substitui o então Movimento V República e integrava todos os demais partidos, militantes da revolução e civis que apoiavam o governo chavista. Segundo Soares (2012), hoje em dia mais de 46% da população venezuelana é filiada ao PSUV.

Muito mais do que aspirantes a quadros políticos ou cidadãos convictos de seu papel social, a maior parte dos mais de sete milhões de filiados do PSUV parece constituir na verdade o extrato social disposto a defender a liderança de Hugo Chávez em todas as esferas em que esta se veja enfrentada, aspecto de extremo valor para qualquer projeto que se proponha a permanecer no poder por décadas, como vem se mostrando o chavismo. (SOARES, 2012, p. 112).

¹¹ Hugo Chávez venceu as eleições com 62% dos votos válidos contra 36% de Manuel Rosales.

¹² Ainda assim, segundo Soares (2012), o índice de pobreza em 2006 era mais elevado que em anos passados, como em 1995.

Segundo Oppliger (2010), o governo de Chávez só se declarou oficialmente socialista após o referendo revogatório em 2004. Em sua plataforma eleitoral de 1999, intitulada “Uma revolução democrática: a proposta de Hugo Chávez para transformar a Venezuela”, nada era dito a respeito de propostas socialistas. Somente a partir de 2003 é que o mandatário passou a exaltar as práticas socialistas. Isso se deve ao fato de que, nesse momento, Chávez obtinha aprovação total da Assembleia Nacional para colocar seu projeto socialista em prática.

Ainda segundo Oppliger (2010), a palavra socialismo passou a fazer parte do discurso de Chávez constantemente e se constituiu um elemento tão integral deste discurso quanto as palavras “revolução”, “Bolívar” e “Jesus Cristo”. Em seu programa Alô, presidente, em 15 de maio de 2005, Chávez declarou: “Não tenho dúvidas de que o projeto capitalista é de Judas e o projeto de Cristo é o mesmo de Bolívar e nosso, é o caminho a um socialismo do século XXI, que é o que estamos começando a construir.” (OPLLIGER, 2010, p. 143).

Oppliger (2010) se baseia em alguns pensadores para explicar os principais ideais do “socialismo do século XXI” – que, para muitos estudiosos, é um projeto que mistura muitas teorias, mas não tem uma consolidação teórica própria: para Heiz Dieterich, intelectual alemão, esse fenômeno surge para substituir a já instituída forma de vida econômica da sociedade burguesa, e tem como fundamentos: a democracia participativa, a economia de equivalências democraticamente planificada, o Estado não-classicista e, como consequência, o cidadão racional-ético-estético (que visa uma padronização da ética e da estética da população) . Essas conclusões de Dieterich são frutos da fusão dos conceitos marxistas do século XIX com a linguagem e os avanços tecnológicos do século XX. Ainda segundo o pensador alemão, para se sustentar o socialismo do século XXI é necessário que se crie uma economia baseada não no preço (dinheiro) de uma mercadoria, mas sim no seu valor, ou seja, no tempo que se fez necessário para fabricá-la.

Já para Haima El Troudi, venezuelano que ocupou vários cargos políticos em seu país, o socialismo do século XXI é um novo socialismo, que busca superar os erros do passado, que tem um profundo sentido humanista com relações fraternas e libertárias e que se modela a partir de uma nova especificidade venezuelana. Ainda para Troudi, citado por Oppliger (2010), esse novo socialismo não é:

1. Nem capitalista de Estado; 2. Nem populista-paternalista; 3. Nem messiânico; 4. Nem estadista; 5. Nem armamentista; 6. Nem ateu; 7. Nem unipartidarista; 8. Nem totalitário; 9. Nem extrapolador de modelos; 10. Nem praticante excessivo do

centralismo “democrático”; 11. Nem patrocinador de uma divisão entre dirigentes e dirigidos. (TROUDI apud OPPLIGER, 2010, p. 145, tradução nossa¹³).

Tais premissas contradizem algumas características fortes do governo chavista, como o paternalismo e o messianismo, o que reforça a noção de que o “socialismo do século XXI”, que Chávez propõe como projeto de governo, ainda não tem fundamentação teórica própria.

Troudi defende, ainda, que a economia deve ser baseada na troca de mercadorias entre países, como exemplo cita a troca do petróleo da Venezuela pelos serviços médicos cubanos – essa medida também é defendida por Hugo Chávez.

Outros conceitos importantes para o entendimento da teoria econômica do socialismo do século XXI são as chamadas “empresas de produção social” e o “desenvolvimento endógeno”, para Oppliger (2010),

[...] ambos buscam implementar um modo de produção não-capitalista de propriedade coletiva no qual o dinheiro não é necessariamente o meio predominante de intercâmbio, com base nas cooperativas, mas com o apoio do Estado para entrega de insumos de produção, isenções tributárias, financiamento e, também, de ser o principal comprador, o que indica que o proprietário real é o Estado, e não os trabalhadores). (OPPLIGER, 2010, p. 146, tradução nossa¹⁴).

No caso específico da Venezuela, a maior transformação em direção ao socialismo do século XXI partiu do “Primeiro Plano Socialista da Nação” (PPSN), documento no qual estava estabelecido o plano econômico do governo Chávez dos anos 2007 a 2013. Esse documento substituiu o anterior, que vigorou entre 2001 e 2007, que tinha o título: “Linhas Gerais do Plano de Desenvolvimento Econômico e Social da Nação”.

Segundo Oppliger (2010), a partir do PPSN o capitalismo passou a ser visto como prática ilegítima na Venezuela, representando o mal absoluto. O PPSN apresenta como meta:

[...] a confrontação entre um velho sistema (o capitalismo) que não terminou, baseado no individualismo egoísta, na ganância pessoal e na aversez pelo lucro desmedido, e um novo sistema (o socialismo) que está nascendo e cujos valores éticos, a solidariedade humana, a realização coletiva da individualidade e a satisfação racional das necessidades fundamentais de homens e mulheres, abre

¹³ “1. Ni capitalista de Estado; 2. Ni populista-paternalista; 3. Ni mesiánico; 4. Ni estatista; 5. Ni armamentista; 6. Ni ateo; 7. Ni unipartidista; 8. Ni totalitário; 9. Ni extrapolador de modelos; 10. Ni practicante excesivo del centralismo “democrático”; 11. Ni auspicante de la división entre dirigentes y dirigidos.”.

¹⁴ “Ambos buscan implementar un modo de producción no capitalista de propiedad colectiva, em donde ele dinero no sea necesariamente ele medio predominante de intercambio, y com base em las cooperativas, pero com el apoyo del Estado por la via de entregar insumos de producción, exenciones tributarias, financiamiento y, también, de ser el principal comprador (lo cual indica que ele propietario real es el Estado, no los trabajadores).”.

caminhos no coração da nossa sociedade. (OPPLIGER, 2010, p. 153, tradução nossa¹⁵).

Ainda neste ano de 2007, Hugo Chávez propôs uma reforma da Constituição à Assembleia Nacional, que, nesse momento, era totalmente ocupada por chavistas. A proposta de Chávez envolvia a reforma de 69 artigos da Constituição, tais reformas abrangiam:

[...] a reeleição indefinida do presidente; a criação de milícias populares chamadas bolivarianas; a formação de um poder popular que não seguiria o princípio do sufrágio universal direto e secreto; processos de recentralização político-administrativa; o aumento do limite máximo para o número de assinaturas para a convocação de referendos populares; poder ao presidente para criar áreas especiais para fins estratégicos e designar autoridades específicas para garantir a soberania e defesa territorial; e o estabelecimento da cidade, no lugar do município, como uma unidade política primária da organização territorial. (MAYA, 2011, p. 5, tradução nossa¹⁶)

A reforma, que causou muito desconforto na população e gerou muitas dúvidas, foi levada a votação popular e não foi aprovada. Chávez, não satisfeito, aproveitou a vitória do PSUV nas eleições em 2008 para governador e prefeito e propôs nova reforma Constitucional à Assembleia, dessa vez a reforma contava apenas com a reeleição indefinida do presidente – que se estendia a todos os cargos públicos votados pela população. A reforma conseguiu ser aprovada após outro referendo popular em 2009 e entrou em vigor logo em seguida, o que passou por cima de uma lei importante do Congresso, que delimitava que as reformas só entrariam em vigor um ano depois de serem votadas. Estas medidas súbitas do mandatário geram críticas sobre o caráter ditatorial de seu governo, já que as leis do Poder Legislativo são facilmente burladas pelo comando do Poder Executivo.

As eleições para a Assembleia Nacional realizadas em 26 de outubro de 2010 representaram a volta da força oposicionista que até então estava apagada no país. O governo chavista conseguiu conquistar 95 das 165 cadeiras parlamentares a serem ocupadas na Assembleia, já a oposição – que estava fora do pleito devido aos protestos em 2005 –

¹⁵ “La confrontación entre un viejo sistema (el Capitalismo) que no ha terminado de fenecer, basado em el individualismo egoísta, en la codicia personal y em afán de lucro desmedido, y un nuevo sistema (el Socialismo) que está naciendo y cuyos valores éticos, la solidaridad humana, la realización colectiva de la individualidad y la satisfacción racional de las necesidades fundamentales de hombres y mujeres, se abre paso hacia el corazón de nuestra sociedad.”

¹⁶ “[...] la reelección indefinida del presidente; la creación de unas milicias populares llamadas bolivarianas; la conformación de un Poder Popular que no seguiría el principio del sufragio universal, directo y secreto; procesos de recentralización político-administrativos; la elevación de los topes en el número de firmas necesarias para la convocatoria a referendos populares; la potestad del presidente para crear regiones especiales con fines estratégicos y nombrar autoridades específicas para garantizar la soberanía y defensa del territorio; y el establecimiento de la ciudad como unidad política primaria de organización territorial en lugar del municipio.”

conseguiu eleger 61 deputados, deste modo o governo de Chávez não obteve a maioria qualificada que almejava. (ELEIÇÕES..., 2010). Essa conquista da oposição modificou drasticamente o processo do Executivo já que mudanças mais profundas – bem comuns ao governo chavista - se tornaram mais difíceis de serem realizadas, por terem que, antes, passar pela aprovação dos 61 opositores.

Em dezembro de 2010, Chávez solicitou à Assembleia Nacional o decreto da “Lei Habilitante” que deu ao mandatário um poder expressivo, durante um ano e meio, sobre a Assembleia que acabara de assumir as cadeiras no Congresso. Chávez propôs a lei em meio a uma crise interna por que passava o país devido a fortes chuvas que atingiram várias comunidades. Para os chavistas, a medida provisória foi necessária para colaborar com a população venezuelana.

Outras seis leis foram decretadas em nome de Chávez, e, segundo Maya (2011), sem aprovação prévia da população e da Assembleia Nacional:

[...] a Lei Orgânica dos Municípios, a Lei Orgânica do Poder Popular, a Lei Orgânica do Sistema Econômico, a Lei de Defesa da Soberania política e da autodeterminação Nacional, a Lei Orgânica do Planejamento Popular Público, Lei Orgânica do Poder Público Municipal, a Lei Orgânica sobre Pagamento, Pensões e Aposentadoria de Altos Funcionários do Governo e uma reforma do Regulamento de Interior e Debates da Asamblea Nacional – que limitaria o desempenho dos novos membros. (MAYA, 2011, p. 7, tradução nossa¹⁷).

Para muitos opositores e críticos do governo, essas medidas foram contra os princípios democráticos e exaltaram o cunho ditatorial do governo Chávez.

Além deste cenário de polarização entre chavistas e anti-chavistas, em julho de 2011, Hugo Chávez foi diagnosticado com um câncer. As informações que o mandatário divulga são poucas, não se sabe, até hoje, qual o tipo de câncer ele enfrenta. Ainda assim, na Venezuela a doença do presidente é assunto frequente. O mandatário fez várias viagens a Cuba em tratamento, e, em consequência de sua indisposição, se ausentou significativamente de seu país em diversos momentos. Poucos dias antes de ser diagnosticado com câncer, Chávez interrompeu seu então recorrente programa dominical, *Alô, presidente*. O último programa foi ao ar em 5 de julho de 2011 e logo após teve um longo silêncio de sete meses

¹⁷ [...] Ley Orgánica de las Comunas, la Ley Orgánica del Poder Popular, la Ley Orgánica del Sistema Económico Comunal, la Ley de Defensa de la Soberanía Política y Autodeterminación Nacional, la Ley Orgánica de Planificación Pública Popular, la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, la Ley Orgánica de Emolumentos, Pensiones y Jubilaciones de los Altos Funcionarios del Poder Público y una reforma del Reglamento de Interior y Debates de la Asamblea Nacional para limitar la actuación de los nuevos parlamentarios.

sem ser transmitido, e só voltou à rede nacional em 8 de janeiro de 2012. (CHÁVEZ RETOMA..., 2012) O meio de comunicação mais utilizado por Chávez durante o tratamento, como se percebeu, foi o Twitter. Por esse meio o mandatário passa a se comunicar com mais frequência com a população venezuelana.

Em novembro de 2011, Chávez lançou a Grande Missão “Filhos do meu povo” que reúne outras missões menores e tem como objetivo erradicar a miséria no país. Essa Grande Missão prevê a distribuição da quantia de 100 dólares mensais a pelo menos três filhos de famílias em situação de extrema pobreza. Os gastos com essa missão giram em torno de 4,3 bilhões de reais e pretendem beneficiar 800 mil mulheres grávidas (somente se estas cumprirem com os nove meses de pré-natal), além de crianças no primeiro ano de vida. Para conseguir receber o auxílio, as famílias devem manter seus filhos na escola. O benefício se estende, ainda, a um milhão de jovens com até 17 anos de idade, e a famílias com filhos com deficiência – neste caso, cada família recebe um auxílio de 139 dólares.

Para Dieguez (2012), o sonho bolivariano ainda está longe de ser concretizado já que o desemprego continua com números elevados, 9% da população está desempregada, a informalidade chega a 45% e a inflação a 26% ao ano, além de outros fatores econômicos que a autora julga serem lastimáveis. Na tentativa de concretizar as realizações do bolivarianismo, ao longo dos quatorze anos no poder Chávez nacionalizou muitas empresas, o que, na visão de Dieguez (2012), não foi satisfatório para o crescimento do país.

2.3 Cenário de disputa: as eleições presidenciais de 2012

Em eleições primárias inéditas na Venezuela, realizadas no dia 12 de Fevereiro de 2012, a oposição escolheu o candidato que disputou as eleições presidenciais com Chávez, em 7 de outubro deste mesmo ano. As primárias foram disputadas pelos dois principais candidatos da oposição, o ex-governador do estado de Miranda – o segundo mais populoso do país -, Henrique Capriles e Pablo Pérez, governador do estado de Zulia; a deputada María Corina Machado, o ex-embaixador Diego Arria e o sindicalista Pablo Medina. Com participação de 2,9 milhões de eleitores, mais do que o esperado, Henrique Capriles, de 39 anos, do partido Primeiro Justiça, venceu as primárias com 62% dos votos válidos.

Segundo Dieguez (2012), o quadro de disputa entre Chávez e Capriles foi intenso, pesquisas realizadas sobre as intenções de voto variavam entre seis a vinte pontos de diferença entre os candidatos, sempre a favor de Chávez. Há vários institutos de pesquisa

eleitoral na Venezuela, portanto, há inúmeras divergências quanto aos números das intenções de voto. De acordo com o Datánalis, em maio de 2012, as intenções de voto para Chávez eram de 44% enquanto para Capriles são de 31%. Em pesquisa datada de 22 de julho de 2012, realizada pelo Instituto Venezuelano de Análises de Datos (IVAD) Chávez manteve a preferência dos votos com 52,3% das intenções, já Capriles possuía 32%.

As eleições presidenciais eram um enigma para o povo venezuelano, muito em função da doença de Chávez e das especulações quanto a sua capacidade de concorrer efetivamente em outubro. Em maio deste ano, Chávez passou cinco dias sem se pronunciar em palanques, rádio ou televisão, um recorde para um presidente que costuma falar o tempo inteiro. O silêncio foi parte de recomendações médicas de Cuba.

Ainda segundo Dieguez (2012), as especulações em torno das reais condições de Chávez e a audiência que essas questões têm na Venezuela poderia prejudicar a campanha de Capriles, já que não sobrava muito espaço para que o candidato opositor divulgue suas ideias. O que Capriles fez durante sua campanha foi visitar todas as comunidades da Venezuela. De acordo com o candidato, a campanha “corpo a corpo” é a que mais pode aproximá-lo de seus eleitores.

O slogan da campanha de Capriles era “Hay um Camino!” (“Há um Caminho!”), em biografia disponível no site oficial, pode-se perceber os compromissos que Capriles assumia com seus eleitores:

Em 12 de fevereiro, graças ao voto e a confiança dos cidadãos, Henrique Capriles Randoski obteve o respaldo de quase dois milhões de venezuelanos, que disseram “Sim, Há um Caminho!”. O compromisso se manteve: lutar para que todos tenham uma vida melhor, sem importar de onde vêm e qual partido político apoiam. Essa seguirá sendo a sua prioridade como Presidente da Venezuela: oportunidades iguais para todos¹⁸. (BIOGRAFÍA, 2012, tradução nossa)

O que Capriles enfrentaria pela frente é uma população acostumada a quatorze anos de assistência social que Chávez investiu no país. O candidato da oposição possui uma imagem bem diferente de Hugo Chávez, e como aponta Dieguez (2012), representa o que os pobres mais rejeitam: é branco, vem da elite, e é ligado aos partidos tradicionais antes tão contestados.

¹⁸ “El 12 de Febrero, gracias al voto y la confianza de los ciudadanos, Henrique Capriles Randonski obtuvo el respaldo de casi dos millones de venezolanos que dijeron ¡Sí Hay un Camino! El compromiso se mantiene: luchar para que todos tengan una vida mejor, sin importar de dónde vengan o a cuál partido político apoyan. Esa seguirá siendo su prioridad como Presidente de Venezuela: oportunidades para todos por igual.”

É enorme o desafio de enfrentar a imagem consolidada de Chávez no país. Em recentes pesquisas, datadas entre os meses de maio e junho de 2012, realizadas pelo Datanálisis, o mandatário possui 50,5% de aprovação como presidente e 62,4% de aprovação da gestão de seu governo (DATANÁLISIS..., 2012). Ainda segundo Dieguez (2012), o que é importante ressaltar é que Capriles encabeçava um jogo de forças importante contra Chávez em um movimento que ficou conhecido como Tococho (Todos Contra Chávez).

Já Hugo Chávez oficializou sua candidatura em 11 de junho de 2012, um dia depois de Capriles e no ultimo dia previsto em lei para lançamento das candidaturas. Desde fevereiro de 2012, Chávez não se apresentava em comícios, neste dia 11 de junho reuniu militantes e simpatizantes de seu governo em frente a sede do Conselho Nacional Eleitoral da Venezuela. De boina vermelha e vestindo trajes com as cores da bandeira nacional, Chávez discursou por quase três horas e demonstrou vigor e saúde, contrariando opiniões de que, devido ao câncer, não poderia se candidatar.

Importante salientar o aspecto das características específicas de uma reeleição, como era o caso de Chávez. O discurso a favor da continuidade da gestão administrativa, o lugar de autoridade do candidato-Presidente e a ênfase em discurso programático de cunho econômico são características importantes adotadas pelo mandatário para definir o campo do embate político entre os candidatos. (MACHADO, 2009).

A campanha de Chávez em 2012 teve como slogan (Fig. 1): “Chávez, corazón de mi patria” (Chávez, coração de minha pátria), o que ratificava o tom nacionalista do discurso chavista. João Santana, responsável pela campanha de Lula à reeleição no Brasil em 2006 e pela campanha de Dilma Rousseff em 2010, foi o responsável pela campanha de Hugo Chávez esse ano na Venezuela. A campanha de Capriles também foi dirigida por dois brasileiros, Renato Pereira e Chico Mendez.

Figura 1 - Campanha 2012



Fonte: CHÁVEZ, CORAZÓN..., 2012

O Plano de Governo (2013-2019) apresentado por Chávez em 11 de junho trazia os seguintes objetivos principais, segundo site oficial da campanha:

- a) defender, expandir e consolidar o bem mais precioso que reconquistamos depois de 200 anos: a independência nacional;
- b) continuar construindo o Socialismo Bolivariano do século XXI na Venezuela, como alternativa ao modelo selvagem do capitalismo e com isso assegurar uma “maior segurança nacional, maior estabilidade política e mais felicidade”, para nosso povo;
- c) converter a Venezuela em uma potência social, econômica e política dentro da grande potência emergente da América Latina e Caribe, que garantiria uma conformação de uma zona de paz em nossa América;
- d) contribuir para o desenvolvimento de uma nova geopolítica internacional na qual se concretize o mundo multicêntrico e pluripolar que permita alcançar o equilíbrio do universo e garantir a paz planetária;
- e) contribuir com a preservação da vida no planeta e a salvação da espécie humana.

A campanha eleitoral teve início oficialmente em 1 de julho de 2012, além da campanha nas ruas, os candidatos tiveram espaços em todos os meios de comunicação, com ênfase para o horário político eleitoral na Televisão e também a Internet. Logo do dia 1 de julho, foi lançado um vídeo da abertura oficial da campanha de Chávez que contava com um apelo emocional característicos das campanhas de João Santana e já muito conhecido pelos brasileiros nas campanhas de Lula e Dilma. Com o título “Soy Chávez de corazón - Vamos tod@s juntos hasta la victoria del 7-O.” (*Sou Chávez de coração – Vamos todos juntos à vitória de 7 de outubro*), o vídeo apresentava imagens do povo venezuelano exaltando Chávez com o grito de “Uh! Ah! Chávez não se vá!”.

Hugo Chávez venceu as eleições presidenciais e foi reeleito com 55% dos votos (8.062.056 de votos) contra 45% de Capriles (6.468.450 votos). Essa vitória garantirá que o governo chavista permaneça na presidência até 2019, o que somará 20 anos no poder.

Em matéria intitulada “Ganhou o Coração da minha Pátria!” postada no site oficial do governo em 8 de outubro de 2012, os chavistas comemoravam a chamada “vitória perfeita”:

A história democrática da Venezuela escreveu nesse domingo sua página mais ilustre: uma participação de 81% ratificou a democracia bolivariana como um sistema de plenas garantias eleitorais. O presidente Chávez finalmente obteve a

“vitória perfeita” ao superar os 54,42 por cento dos votos. (GANÓ..., tradução nossa)¹⁹.

Apresentada a trajetória política de Chávez e a midiatização de sua imagem pública, o tópico a seguir tem como objetivo discutir a consolidação do mandatário venezuelano como um líder carismático e herói da pátria, bem como a midiatização presidencial enfatizada em seus discursos.

2.4 A midiatização da imagem pública política de Hugo Chávez

A trajetória política de Chávez apresentada anteriormente leva a uma reflexão sobre o modo como sua construção como herói/messias e líder carismático se deu via crescente e planejado processo de midiatização. O ano de 1992, como já visto, pode ser considerado como o marco inicial deste processo, já que Chávez, a partir da tentativa de golpe de Estado passou a ser um herói nacional, um líder bolivariano contra a “corruptocracia” instaurada pelo *Pacto de Punto Fijo*. A seguir elabora-se uma reflexão teórica sobre a consolidação deste processo de construção da imagem pública política de Chávez.

A imagem de Chávez está por todos os cantos do país, desde *outdoors* que divulgam seus feitos, como exemplo as Missões, a nomes de escolas que o homenageiam. Quando é eleito em 1998, Hugo Chávez, como bem pontua Oppliger (2010), deixa de ser um ex-líder de um golpe militar fracassado e passa a ser um centro de atenção absoluta em torno do qual giram todos os assuntos da Venezuela.

Segundo Amossy (2008), construir a imagem de si está implícito em todo ato de tomar a palavra. A apresentação de si é efetuada pelo locutor em seu discurso que, por sua vez, condiciona e facilita o reconhecimento a partir da criação de sua “imagem”. Segundo a autora, o termo *ethos* surge para designar, então, a construção desta imagem de si que é construída para que o discurso obtenha sucesso. Para Barthes (apud AMOSSY, 2008) o *ethos* comporta:

[...] os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importando sua sinceridade) para causar boa impressão: é o seu jeito [...]. O orador anuncia uma informação e ao mesmo tempo diz: sou isto, não sou aquilo. (BARTHES apud AMOSSY, 2008, p. 10).

¹⁹ La historia democrática de Venezuela escribió este domingo su página más ilustre: una participación del 81 por ciento ratificó a la democracia bolivariana como un sistema de plenas garantías electorales. El presidente Chávez finalmente obtuvo la «victoria perfecta» al superar el 54,42 por ciento de los votos.

Essa imagem pré-estabelecida ou *ethos* pré-discursivo pode vir a ser confirmado, reforçado ou reelaborado durante um discurso. De acordo Maingueneau citado por Amossy (2008, p. 125), nos discursos políticos “os enunciadores que ocupam constantemente a cena midiática são associados a um *ethos* que cada enunciação pode confirmar ou infirmar.”.

Sendo assim, segundo Amossy (2008) a palavra ou o discurso não se tornam mais eficazes somente pelo exterior (*ethos* institucional) ou pelo interior (*ethos* discursivo), ambos são complementares. É exatamente esta relação entre o *ethos* institucional e o *ethos* discursivo que garantem legitimidade ao discurso do orador e podem vir a produzir impressões favoráveis em seu auditório a partir da interação verbal.

Assim, a figura messiânica de Chávez, que se apresenta como o salvador da pátria e do povo, se justifica pela legitimidade discursiva que mandatário traz consigo ao pretender livrar a Venezuela de seus períodos de crise e da burocracia instalada pelo Pacto de *Punto Fijo*. O “messianismo”, do ponto de vista de Legros entre outros (2007), é “a crença na vinda de um salvador que, depois de um período de fogo e sangue, estabelecerá um reino de paz e de felicidade.” (LEGROS et al, 2007, p. 219).

Para Negrão (2001), o messianismo se apresenta de duas formas: a mística e religiosa, que diz de um salvador ou o próprio Deus que é aguardado por todos para instaurar a justiça; e a coletiva e social, que se apresenta “no sentido de concretizar a nova ordem ansiada, sob a condução de um líder de virtudes carismáticas.” (NEGRÃO, 2001, p. 119).

Símon Bolívar, ansiado pelo povo venezuelano como o salvador, o grande messias, é substituído pela figura de Chávez nos tempos modernos. A crença do “retorno do messias” é, portanto, agregada à figura de Hugo Chávez, e este a aceita, e até a reforça, instaurando seu projeto revolucionário de governo e suas ideologias.

Para Marcano e Tyszka (2006), Chávez é um messias que veio do povo, para o povo:

De maneira constante, (*Hugo Chávez*) recorda sua história, a origem humilde e rural. Não sabe inglês e, publicamente, zomba de sua própria e precária pronúncia. Proclama-se um homem feio, popular, sem propriedades, sem educação para as altas galas, sem outra ambição além do carinho simples e o serviço aos mais necessitados. [...] Chávez é o povo. (MARCANO; TYSZKA, 2006, p. 337).

Importante salientar que, para alguns autores como Martín-Barbero (2004), esse retorno do messianismo político, traduz um momento por que passa a sociedade e as culturas, momento este que está caracterizado por uma sensação de perda do futuro e estagnação no presente. O futuro, portanto, é ansiado: espera-se e é desejado que o futuro aconteça não pelas mãos dos homens comuns, mas sim por algo ou alguém de outra parte, um *outsider*.

Chávez se tornou um fenômeno na Venezuela. A onipresença do mandatário no país é nítida. O presidente possui, como já visto, seu próprio programa televisivo – *Alô, presidente!* – que vai ao ar todo domingo, com duração mínima de cinco horas. Na teoria o programa é dominical e dura até cinco horas, mas na prática é diferente. Chávez pode colocar o programa no ar no dia que quiser e no horário que bem entender, sem duração máxima. O programa se alimenta da participação popular através de ligações telefônicas, possui convidados nacionais ou não. A exaltação a Chávez é nítida, todos falam bem do presidente e louvam suas ideias.

Neste programa Hugo Chávez mantém contato com os venezuelanos com assuntos diversificados: de esportes à política. Além disso, ele reserva um espaço considerável para agredir a oposição, o imperialismo norte-americano e a imprensa nacional e internacional (quando estas publicam notas que vão contra alguma medida de seu governo). Para Krauze (2011), essa aproximação com o público gera uma aparência de contato com o poder que é inegável:

A chave principal para a entronização de Chávez não está em suas [...] medidas econômicas ou mesmo no impacto de seus programas sociais, mas em sua manipulação, através da mídia, de sua colossal persona. (KRAUZE, 2011, p. 556).

Importante destacar que Chávez é o primeiro presidente da Venezuela que nasceu na era da Televisão, além disso, sua capacidade de lidar com a comunicação e com o público é inegável. Para Chávez, como bem aponta Oppliger (2010): governar é falar e vice-versa. Segundo o autor, o presidente venezuelano está constantemente falando, comunicando, explicando, anunciando, ordenando. O mandatário já chegou ao recorde de duração do seu programa *Alô, presidente* de edição 100, no qual ficou falando por sete horas e meia, em 7 de março de 2002. Os números são exorbitantes: “entre fevereiro de 1999 e junho de 2009, Chávez somava 2.810 horas falando em rádio e televisão, o que se equivale a 351 jornadas de trabalho de oito horas: quase um ano falando.” (OPLLIGER, 2012, p. 247, tradução nossa)²⁰. Em abril de 2010, Chávez abriu sua conta no Twitter, desde então essa mídia social se tornou mais um dos lugares de fala do mandatário.

A emissora de televisão *Venezoelana de Televisión*, a VTV, se transformou em um dos instrumentos comunicacionais mais importantes do governo chavista. Responsável pela transmissão do *Alô, presidente*, a emissora acompanhou todos os passos da midiatização de Chávez e corroborou para a construção da sua imagem pública.

²⁰ “[...] entre febrero de 1999 y junio de 2009, Chávez sumaba 2.810 horas hablando en radio y televisión, lo que equivale a 351 jornadas laborales de ocho horas: casi un año hablando.”.

Segundo Courtine (2003), o advento da chamada “conversação-espetáculo” alterou drasticamente o discurso político midiaticizado. Sob a égide de uma democracia da expressão passa-se a “ver o homem privado sob o personagem público”. (COURTINE, 2003, p. 24). A *política da vida privada* exhibe intimidades e a política se vê banalizada nas vidas cotidianas. O que bem salienta Marcano e Tyszka (2006) é que a pessoa pública e a pessoa privada de Hugo Chávez são a mesma figura, a população venezuelana já não consegue fazer distinção entre uma e outra.

Eco ressalta, ainda, a alteração significativa que o carisma dos presidentes e a consequente midiaticização presidencial proporcionaram: “Se me perguntassem há vinte anos, eu não saberia dizer quem era o presidente da Venezuela, quem era o presidente do Peru, ou o presidente da Argentina. Agora eu posso.” (ECO, 2012, p. 23).

Em seus programas de rádio, TV, bem como no Twitter, já tomou decisões importantes do Executivo: demitiu funcionários públicos, voltou atrás em decisões econômicas, mandou cortar gastos públicos, anunciou medidas importantes, entre outros. Ou seja, governou boa parte do seu período no poder através dos meios de comunicação. Essas atitudes do presidente geram implicações drásticas da via governamental, como explica Oppliger (2010):

[...] muitas dessas decisões são tomadas *in situ*, sem serem consultadas ou avaliadas por outras instâncias – técnicas ou políticas – do governo. No fundo, a improvisação é uma característica essencial da gestão bolivariana. Uma improvisação que se origina no Executivo, mas que interfere necessariamente em outros poderes públicos e no aparato estatal. (OPLLIGER, 2010, p. 248, tradução nossa)²¹.

Verón, no livro “Transformações da midiaticização presidencial” (FAUSTO NETO; MOUCHON; VERÓN, 2012), e Krauze (2011) apontam para o fato de que essa midiaticização exacerbada do presidente Chávez leva a questão dos aspectos institucionais e não institucionais do funcionamento da política, ou seja, o presidente – midiaticizado – teria condições de tomar decisões não institucionais, ou que escapam às instituições, como é o caso específico de Chávez na Televisão e no Twitter ao tomar várias decisões do Executivo nos meios de comunicação.

A ação política de Chávez está representada na e por meio da mídia. A interação de Chávez com a população venezuelana, bem como a consolidação de sua imagem pública no âmbito internacional realizada por meio das redes de informações, não é mais identificada

²¹ “[...] muchas de esas decisiones son tomadas *in situ*, sin haber sido consultadas por otras instancias – técnicas o políticas – del gobierno. En el fondo, la improvisación es una característica esencial de la gestión bolivariana. Una improvisación que se origina en el Ejecutivo, pero que irradia inmediatamente al resto de los poderes públicos y al aparato estatal.”

com as primeiras interações televisivas, mas já está marcada pelas tomadas de decisões *ao vivo*, mascaradas pelo ato conversacional que o mandatário permanentemente realiza no seu perfil no Twitter e no *Alô, presidente*. No próximo capítulo abordaremos especificamente essa questão da utilização do Twitter por Hugo Chávez e como sua trajetória de midiatização presidencial se faz contínua nesta rede de informações.

3 INTERNET, TWITTER E POLÍTICA

Este capítulo tem como objetivo discutir a literatura já existente sobre o uso político da Internet, em específico do Twitter. Parte considerável desta reflexão foi elaborada com base em exame do próprio site e do blog oficial do Twitter. As informações coletadas são consideradas relevantes para entendimento da lógica de funcionamento desse meio de comunicação e são habitualmente desconsideradas pela maioria dos pesquisadores.

3.1 O ambiente do Twitter: estratégias, normas e lógica de funcionamento

Na atual conjuntura da internet, há um conjunto de sites que têm como principal ferramenta a interação entre os internautas, e com um centro comum trabalhando como uma plataforma – a web. Esse novo modo de operação da web modificou a arquitetura da comunicação online por reestruturar o processo de distribuição de informações. Cria-se uma “inteligência coletiva” baseada na participação dos usuários, conectados em rede, de forma que estes são os próprios atores e criadores dessa nova forma de informação e comunicação. Essa inteligência coletiva advém do crescimento dessa rede de conexões feitas pelos usuários e entre eles mesmos, como resultado da participação ativa na distribuição de informação. (O'REILLY, 2005). As chamadas redes sociais são parte significativa dessa nova ordem de processamento da informação e comunicação.

O Twitter é um microblog criado em 2006 que permite ao usuário publicar mensagens de até 140 caracteres. Esses textos são exibidos no perfil do usuário em tempo real e podem ser vistos por seus seguidores – outros usuários do Twitter. Os *trending topics* aparecem como os assuntos mais comentados nesta rede social, e os usuários tem oportunidade de se comunicarem e interagirem a partir de mensagens diretas privadas ou mensagens públicas.

Diferentemente de outras redes sociais como *Facebook* ou *Myspace*, a interação do Twitter não requer nenhuma reciprocidade, ou seja, um usuário do Twitter pode seguir outro sem que este último o siga de volta. O usuário que é seguidor recebe todas as mensagens (tweets) daqueles perfis que estiver seguindo e para enviar mensagens diretas utiliza o “@” antes do nome do usuário que se pretende o contato. O “RT” é utilizado para retweets, ou seja, para reenvio de tweets que foram postados por outro usuário. O símbolo “#” antes de alguma palavra define uma hashtag ou um determinado assunto.

Os posts ou tweets dos usuários podem ser compostos também por imagens, fotos, vídeos ou links para outros sites. Por meio dos tweets os usuários podem contar histórias ou

divagar sobre qualquer outro assunto. É, também, muito utilizado por empresas para divulgação de promoções ou slogans e frases de efeito. Tudo isso é realizado em tempo real, o que é um fato importante característico desse meio digital.

Apesar de inúmeras possibilidades a serem realizadas em apenas 140 caracteres, Bauman (2011) faz uma crítica contundente à efemeridade e fluidez das postagens no Twitter. O autor faz alusão à marca do site, que é simbolizada pelo desenho de um pássaro, ao dizer que tweetar seria o mesmo que gorjear. A função do gorjeio dos pássaros compõe-se de duas aparências opostas:

[...] permite manter contato uns com os outros (isto é, não deixa que fiquem perdidos ou percam a pista dos parceiros no ninho ou do restante do grupo) e evita que outros pássaros, sobretudo os da mesma espécie, invadam o território que reservaram para eles. (BAUMAN, 2011, p. 26)

Sendo assim, a visão do autor é de que o gorjeio dos pássaros não transmite nenhuma outra informação que não a já estabelecida por suas funções, e, do mesmo modo, os tweets não desempenham outra função que não a de produzir som, barulho, seus conteúdos não são importantes. A principal relevância do Twitter seria, para Bauman (2011), a manifestação da presença, sendo assim, perde-se o sentido de intimidade, a profundidade e durabilidade das relações humanas. O Twitter e as novas mídias teriam reconstituído a velha frase de Descartes “Penso, logo existo” substituindo-a por “Sou visto, logo existo.”.

Um importante estudo sobre os efeitos do Twitter como meio de comunicação foi realizado por Kwak et al. (2010). Os autores dialogam sobre o poder deste meio como distribuidor de informação e questionam se o microblog é de fato uma rede social ou um meio de informação. Depois de coletar dados entre 41.7 milhões de perfis de usuários, 1.47 bilhões de relações sociais, 4.262 trending topics e 106 milhões de tweets chegam a algumas conclusões importantes: os perfis de Twitter que possuem o maior número de seguidores são, em sua grande maioria, celebridades ou canais de mídia de massa e, boa parte deles, não seguem seus seguidores de volta²².

Nas relações que são recíprocas os autores encontram um alto nível de homofilia. Esse conceito traduz a ideia de que há mais probabilidade de pessoas com os mesmos interesses estabelecerem contato do que outras com interesses divergentes – os autores dividiram os interesses em localização geográfica e popularidade.

²² Essa conclusão sugere-nos que a visibilidade no Twitter condiciona-se à visibilidade já adquirida na mídia tradicional.

A partir desses dados e comparativamente com os dados de outras redes sociais (online ou offline) os autores concluem que o Twitter é mais um canal de informação do que uma rede social já que não há uma regra para a reciprocidade no ambiente – uma das características mais importantes de uma rede social.

A pergunta inicial do microblog aos usuários era “O que você está fazendo?” o que delimitava um tom mais pessoal ao ambiente. Mas com as diferentes relações que os usuários passaram a estabelecer com o meio a pergunta hoje é “O que está acontecendo?”. O co-fundador do Twitter, Biz Stone, argumenta que

[...] o modelo aberto do Twitter criou um **novo tipo de rede de informação** e ultrapassou o conceito de atualizações pessoais. Hoje, o Twitter ajuda você a compartilhar e descobrir o que está acontecendo entre todas as coisas, pessoas e eventos que gosta (PAVARIN, 2009, grifo nosso).

No próprio site do Twitter pode-se encontrar a seguinte definição dessa mídia social: “a forma mais rápida e simples de ficar perto de tudo que você gosta”. O próprio ambiente se define como sendo “uma rede de informação em tempo real que conecta os usuários a histórias, ideias, opiniões e pessoas que lhe são interessantes”. A definição do próprio site como rede de informação coincide com o estudo analisado acima. Outra informação importante disponibilizada pelo site é que o usuário não é obrigado a escrever ou se manifestar, ou seja, tweetar. Ele pode participar da rede como leitor, sem que haja necessidade de contribuição das suas ideias.

Importante salientar que o Twitter se diz prestativo a causas e ações. Segundo informações disponibilizadas no site, a cada dia eles se inspiram “por histórias de pessoas que usam o Twitter para ajudar a tornar o mundo um lugar melhor de maneiras inesperadas.” (A FORMA..., 2012). Ou seja, o ambiente expressa seu apoio ao caráter de mobilização seja em pequenas comunidades ou mesmo nos países.

O Twitter está disponível em vinte línguas diferentes, e está presente em boa parte dos países ao redor do mundo. Nos seus termos de compromisso, aceito por todos os usuários que estão registrados nele, os idealizadores do microblog alertam: “você é o que você tweetar”! Os tweets de qualquer usuário podem ser vistos em diversos outros lugares, por diversas pessoas – desde que seu perfil não esteja disponível apenas para seus respectivos seguidores. Ao publicar algum conteúdo o usuário concede ao site a licença mundial, isenta de royalties para “usar, copiar, reproduzir, processar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, exibir e distribuir tal conteúdo em todos e quaisquer meios ou métodos de distribuição.” (TERMOS...,

2012). O que sugere que o meio não é apenas um mero ambiente de transmissão de informação neutro, a sua circulação de mensagens é complexa – como pode-se perceber pela ênfase dada aos termos do site, ao utilizar oito verbos possíveis para a divulgação de mensagens – e o site tem controle editorial sobre essas mensagens.

Nos termos de utilização do Twitter percebe-se claramente que o site não se responsabiliza pelo conteúdo produzido pelos usuários. Para essa rede de informação, o usuário deve reconhecer que,

[...] ao utilizar os Serviços poderá ser exposto a Conteúdos potencialmente ofensivos, prejudiciais, imprecisos ou por qualquer forma considerados inapropriados ou, em alguns casos, a publicações que foram categorizadas de forma incorreta ou que são por qualquer forma enganadoras ou fraudulentas. (TERMOS..., 2012).

Apesar disso, há uma série de restrições impostas pelas Regras do Twitter que dão poder ao site de vedar certos conteúdos ou usuários caso eles infringam alguma dessas regras, que são:

- **Representação:** O usuário não poderá representar terceiros no Twitter, ou seja, se passar por alguém com o intuito de confundir ou enganar terceiros intencionalmente.
- **Marcas:** O Twitter se reserva ao direito de recuperar nome de usuário nos seguintes casos; em nome de empresas ou indivíduos que possuam direitos legais ou marca registrada. Contas com nomes de empresas e/ou logos utilizados com o intuito de confundir terceiros, serão permanentemente suspensas.
- **Privacidade:** O usuário não poderá publicar ou enviar informações privadas e/ou confidenciais de terceiros, tais quais; número de cartão de crédito, endereço, documentos nacionais de identidade tais quais, número de RG, CPF, Título de Eleitor, sem expressa autorização e permissão.
- **Violência e Ameaça:** O usuário não poderá publicar ou enviar ameaças de violência contra os terceiros.
- **Direitos Autorais:** Twitter responderá à qualquer suspeita de violação de direitos autorais. Os procedimentos de uso dos direitos autorais do Twitter estão estabelecidos nas condições gerais²³.

²³ “**Política de Direito de Autor e Diretos Conexos:** O Twitter respeita os direitos de propriedade intelectual de terceiros e espera que os usuários dos Serviços façam o mesmo. O Twitter responderá a notificações sobre alegadas violações de direito de autor e direitos conexos que sejam efetuadas em conformidade com a legislação aplicável. Se você acredita que o seu Conteúdo foi reproduzido em violação de direito de autor ou direitos conexos, por favor forneça-nos a seguinte informação: (i) assinatura física ou eletrônica do titular do direito de autor ou direitos conexos ou de pessoa por este autorizada para estes efeitos; (ii) identificação da obra ou prestação protegida objeto da alegada violação; (iii) identificação dos materiais que alegadamente violam ou sejam utilizados para violar obras ou prestações protegidas e que deverão ser objeto de remoção ou relativamente aos quais deve ser bloqueado o acesso, assim como informação razoavelmente suficiente para nos permitir a localização dos referidos materiais; (iv) a sua informação de contato, incluindo endereço, número de telefone e um endereço de e-mail; (v) uma declaração sua de que se encontra em boa fé e acredita que a utilização dos materiais na forma descrita na sua comunicação não se encontra autorizada pelo titular do direito de autor ou direitos conexos, seus agentes ou representantes ou pela legislação aplicável; e (vi) uma declaração de que a informação constante da sua comunicação é exata e, sob pena de responsabilidade nos termos da lei por prestação de informações falsas, que se encontra autorizado a praticar estes atos por conta do titular dos direitos em causa.”.

- **Uso Ilegal:** O usuário não poderá se utilizar dos serviços do Twitter para fins ilegais. Os usuários internacionais concordam em cumprir com todas as leis locais relativas à conduta on-line e o conteúdo publicado.
- **Utilização Indevida do Selo de Verificação²⁴:** Os usuários não poderão se utilizar do selo de verificação a menos que lhe seja expressamente concedido o uso pelo Twitter. Contas que possuem referido selo como parte da foto do perfil, imagens de fundo, ou que implique de alguma maneira falsa verificação, serão suspensas permanentemente. [...]
- **Contas em Série:** O usuário não poderá criar múltiplas contas para fins prejudiciais ou abusivos. A criação massiva de contas, resultará na suspensão de todas as contas. Qualquer violação das Regras do Twitter poderá ser causa de suspensão permanente de todas as contas.
- **Uso Indevido de Nome:** O usuário não poderá fazer uso indevido de nome. As contas inativas por mais de 6 meses poderão ser removidas da rede sem aviso prévio. Abaixo estão alguns dos fatores levados em consideração para a determinar as condutas que serão considerada como uso indevido de nome [...]
- **Spam em convites:** O usuário não poderá importar contatos do catálogo de contatos do Twitter.com para enviar convites repetidos ou em massa.
- **Venda do nome de usuário:** É proibida a venda do nome de usuário a menos que o Twitter tenha expressamente autorizado a fazê-lo em um contrato adicional. Os usuários concordam que é expressamente proibido reproduzir, duplicar, copiar, vender, comercializar ou revender os Serviços para qualquer propósito.
- **Os Serviços são definidos como:** O uso de produtos, serviços e páginas da web oferecidos pelo Twitter para o usuário, (referindo-se coletivamente como “Serviços” neste documento e excluindo quaisquer serviços fornecidos ao usuário por um contrato separado com o Twitter) estão sujeitos ao termos do Acordo Legal entre o Twitter e o usuário.
- **Malware/Representação:** O usuário é proibido de publicar ou criar links com conteúdos ilegais que possam causar danos ou prejuízos ao navegador, ou comprometer a privacidade de outros usuários.
- **Spam:** O usuário não poderá se utilizar dos serviços do Twitter com o propósito de enviar Spam. “Spamming” é definido como envio de lixo eletrônico, porém tal definição poderá ser mudada na medida que o Twitter se deparar com novos truques e práticas dos “spammers”. Alguns dos fatores levados em conta pelo Twitter para determinar se uma conduta é considerada “spamming”:
- **Pornografia:** É proibida a publicação de imagens obscenas ou pornográfica tanto na foto de perfil, quanto na imagem de fundo. (TERMOS..., 2012)

Além dessas regras impostas aos usuários, no início de 2012, os responsáveis pelo Twitter anunciaram no blog oficial (<http://blog.pt.twitter.com/>) que poderão ocorrer casos de restrições quanto a conteúdos que são proibidos por lei em determinados países. O governo da Tailândia conseguiu censurar tweets como, por exemplo, os que ofendem a monarquia, esses tweets somente ficam indisponíveis para os tailandeses, mas podem ser visto em qualquer outra parte do mundo. Outros exemplos de restrições a conteúdos do Twitter em determinados países é o da Alemanha e da França, que, por lei, censuram conteúdos pró-nazistas. (TAILÂNDIA..., 2012).

²⁴ O Selo de Verificação é conferido pelo Twitter a usuários que necessitam da identificação para que não ocorra problemas de cópia ou clone do perfil, geralmente são usuários com grande número de seguidores ou personalidades com imagem pública conhecida. O perfil de Hugo Chávez no Twitter possui o Selo de Verificação.

Em postagem no blog oficial do Twitter, em 28 de janeiro de 2011, os idealizadores desse microblog anunciaram que “os tweets devem fluir”. Tal *post* agregava uma série de apontamentos que os responsáveis pelo Twitter acreditavam ser importantes em relação à liberdade de expressão:

Nosso objetivo é conectar instantaneamente as pessoas em todos os lugares ao que é mais significativo para elas. Para que isso aconteça, a liberdade de expressão é essencial. Alguns tweets podem facilitar uma mudança positiva em um país reprimido, alguns nos fazem rir, alguns nos fazem pensar, outros produzem raiva na grande maioria dos usuários. Nós nem sempre concordamos com as coisas que as pessoas optam por tweetar, mas mantemos o **fluxo de informações**, independentemente de qualquer opinião que possamos ter sobre o conteúdo. A troca aberta de informações pode ter um impacto global positivo. Isto é tanto uma crença prática como ética. Em um nível prático, nós simplesmente não podemos rever todos os cem milhões ou mais de tweets criados e postados todos os dias. De uma perspectiva ética, **quase todos os países do mundo** concordam que a liberdade de expressão traz consigo responsabilidades e possui limites. (THE TWEETS..., 2011, tradução nossa, grifo nosso²⁵)

Mas, um ano depois, em 26 de janeiro de 2012, quando o Twitter anuncia que criou tais medidas de censura em determinados países, o discurso da postagem no blog mudou para “os tweets devem continuar fluindo”. Nesse novo *post*, em defesa das críticas recebidas quanto às censuras, o microblog se defende alegando que a noção de liberdade de expressão é diferente ao redor do mundo, e, portanto, deve ser avaliada de acordo com o contexto de cada país.

À medida que continuamos a crescer internacionalmente vamos entrar em países que têm ideias diferentes sobre os contornos da liberdade de expressão. Alguns pensam tão diferente que não poderemos existir lá. Outros são semelhantes, mas, por razões históricas ou culturais, restringem determinados tipos de conteúdo, como a França ou a Alemanha, que proíbem conteúdos pró-nazista. (TWEETS..., 2012, tradução nossa²⁶).

Tais medidas adotadas pelo Twitter podem vir a contradizer o que os próprios idealizadores do meio propõe: um fluxo ou rede de informações. Se essas informações passam a ser editadas ou reconfiguradas pela própria ferramenta, o fluxo e a circulação das mesmas

²⁵ “Our goal is to instantly connect people everywhere to what is most meaningful to them. For this to happen, freedom of expression is essential. Some Tweets may facilitate positive change in a repressed country, some make us laugh, some make us think, some downright anger a vast majority of users. We don't always agree with the things people choose to tweet, but we keep the information flowing irrespective of any view we may have about the content. The open exchange of information can have a positive global impact. This is both a practical and ethical belief. On a practical level, we simply cannot review all one hundred million-plus Tweets created and subsequently delivered every day. From an ethical perspective, almost every country in the world agrees that freedom of expression is a human right. Many countries also agree that freedom of expression carries with it responsibilities and has limits.”

²⁶ “As we continue to grow internationally, we will enter countries that have different ideas about the contours of freedom of expression. Some differ so much from our ideas that we will not be able to exist there. Others are similar but, for historical or cultural reasons, restrict certain types of content, such as France or Germany, which ban pro-Nazi content.”

pode estar comprometido. Hugo Chávez, ao ingressar no Twitter, atribui ao meio a noção de “trincheira de luta política e ideológica”, muito em função dos valores capitalistas que circulam nessa rede de informação. A partir da censura proposta pelo Twitter, indaga-se se a internet, em específico o Twitter, não seriam artefatos políticos, ou seja, se não teriam em si consequências políticas importantes de serem levadas em consideração, como analisaremos mais adiante.

Além de um importante meio de informação pode-se considerar que o Twitter apresenta em boa parte do conteúdo postado pelos usuários, alguns pontos em comum com um gênero biográfico bastante explorado por Arfuch (2010), as entrevistas midiáticas. A entrevista midiática, segundo a autora, bem como o Twitter, segundo visão aqui defendida, se torna fonte inesgotável de biografias, autobiografias, diários e histórias de vida. “O avanço da midiaticização e de suas tecnologias da transmissão ao vivo fez com que a palavra biográfica íntima, privada [...], estivesse disponível, até a saturação, em formatos e suportes em escala global.” (ARFUCH, 2010, p. 151).

Assim como a entrevista midiática, o Twitter é uma fonte de conhecimento de pessoas comuns ou públicas, de conhecimento de suas vidas privadas. Sem a presença do entrevistador, o Twitter é uma espécie de “auto-entrevista” que segue as mesmas regras midiáticas daquelas citadas por Arfuch (2010).

[...] falar da (própria) vida não será, então, simplesmente uma deriva casual da conversa, um empenho narcisista ou o resultado da predileção do entrevistador, mas **um registro necessário de se cobrir dentro da economia libidinal da mídia.** (ARFUCH, 2010, p. 180, grifo nosso)

O trecho em destaque acima adquire sentido importante quando Hugo Chávez enfrenta problemas com relação à crítica da mídia internacional e, neste caso, é possível considerar que o recurso ao Twitter pelo presidente venezuelano pode ser visto como desse registro necessário de se cobrir “dentro da economia libidinal da mídia”.

Arfuch (201) explicita ainda o caráter de celebração das entrevistas, que perfeitamente se encaixa no ambiente do Twitter. Pessoas comuns, bem como as que já possuem publicidade, passam a possuir características de símbolos. A celebridade para Arfuch é hoje “um valor predominante na cena midiática.” (ARFUCH, 2010, p. 154)

A característica do que Arfuch chama de “avatars da conversa”, presente nas entrevistas midiáticas, dá o tom mais familiar, mais privado e íntimo a esse gênero biográfico.

Se pensarmos que a conversa cotidiana é talvez o lugar por excelência onde se gesta a 'invenção biográfica', essa narração fragmentária, casual, [...] Também se pode compreender nessa ótica, a proliferação das 'conversas' sobre a intimidade que povoam o radiofônico e o televisivo [...]. (ARFUCH, 2010, p. 171)

São exatamente essas narrações fragmentárias – limitadas pelos 140 caracteres – e as conversas casuais que movem o Twitter. Nesse meio não há a presença do corpo físico, mas a plenitude da presença se intensifica por meio dos caracteres, mantendo a intencionalidade da singularidade do eu, como comenta Arfuch (2010):

[...] nesse registro gráfico ou audiovisual que tenta dar conta obstinadamente – cada vez mais ‘pela boca de seus protagonistas’ – do ‘isso aconteceu’, talvez seja onde se manifesta, com maior nitidez, a busca da plenitude da presença – do corpo, rosto, voz – como proteção inequívoca da existência, da mítica singularidade do eu. (ARFUCH, 2010, p. 74)

Sendo assim, o suposto entrevistado ou usuário do Twitter, tenta, por vezes, transparecer o “real”, ou assumir o “si mesmo”. Diferentemente da entrevista, na auto-entrevista presente no Twitter passa-se a imagem de que ali é a pessoa mesmo que está se apresentando, ignora-se o fato de que há assessorias envolvidas na transposição das palavras, como Beatriz Sarlo (2011) aponta no mais das vezes. Mas isto ocorre de modo muito sutil, quase imperceptível já que, no Twitter, há também um constante jogo de mascaramento no qual os usuários criam e recriam suas identidades.

Desde o século XVIII, marcado pelo ápice do capitalismo e da sociedade burguesa, surgem novas formas de afirmação de subjetividades que se transferem para a escrita na forma de confissões, diários ou correspondências. Para Habermas (1984), o século XVIII foi o “século das cartas” no qual a narrativa passou por uma significativa virada a partir da construção do outro “eu”, do eu que recebia e lia as confissões alheias. Antes a preocupação era com a criação de personagens míticos e histórias fantasiosas, a partir desta virada surgem as representações de si mesmo, da vida cotidiana. Nesses relatos autobiográficos que o indivíduo desenvolvia sua subjetividade:

O diário íntimo torna-se uma carta endereçada ao emissor; a narrativa em primeira pessoa, um monólogo interior dirigido a receptores ausentes: experiências equivalentes à subjetividade descoberta no interior das relações da intimidade familiar. (HABERMAS, 1984, p. 66)

Mas é na década de 1980, segundo Arfuch (2010), com a sociedade democrática, que surge uma nova concepção do uso do espaço público, baseada na subjetividade e nas

narrativas da vida cotidiana, da privacidade, da afeição. Passa a ser valorizado, então, o que autora denomina como microrrelatos.

A midiatização avançada proporcionou visibilidade à essa tendência autobiográfica e fez com que esta fosse cada vez mais presente, e, além disso, sobrepôs o privado ao público, o “[...] *gossip* – e mais recentemente o *reality show* – à política [...]” (ARFUCH, 2010, p. 37)

Essa guinada subjetiva foi marcada por profundas transformações na sociedade, transformações estas de cunho político, social e cultural. Com a democratização, segundo Arfuch (2010), democratizava-se também as narrativas, daí surgia uma pluralidade de vozes e subjetividades.

O que ocorreu neste período foi a “[...] ‘perda’ do espaço público clássico e uma idealizada transparência diante da ‘invasão’ da privacidade [...]” (ARFUCH, 2010, p. 19) Para a política, fato importante desta transformação foi causada pela comunicação midiática, a “política-espetáculo” começou a atingir altos níveis de visibilidade.

Para Sarlo (2007), essa forte presença da subjetividade faz com que a intimidade se transforme também em manifestação pública, sendo assim, os testemunhos se apóiam e ganham força de sentido na visibilidade do “pessoal”. Além disso, essa subjetividade enraizada é carregada ou legitimada pela existência do “eu”, as “vidas reais” eram mais importantes, havia uma persistência pelo encontro do “real” na voz do protagonista, “no nome próprio, no rosto, no corpo, na vivência, na anedota oferecida à pergunta, às retóricas da intimidade.” (ARFUCH, 2010, p. 21) Arfuch (2010) delimita esta circulação de vozes, subjetividades e microrrelatos em um “espaço biográfico”.

Pode-se dizer que a utilização do Twitter é uma manifestação contemporânea dos microrrelatos. Sarlo (2007) diz que “não há testemunho sem experiência, mas tampouco há experiência sem narração” (p. 24), neste ambiente social *online* o íntimo se transforma em narrativa a partir do momento em que se torna público. Para Habermas (1984, p. 66), “essa subjetividade, como corte interior do privativo, já é, desde sempre, ligada ao público.”. O que ocorre é uma indiscrição do íntimo quando este se torna público.

O que emerge no espaço biográfico contemporâneo é o que Arfuch (2010) delimita como o aprendizado a partir do relato, mais do que o aprendizado pelo vivido, pela própria experiência. Estamos inundados por relatos em todas as partes que se tornam públicos pela comunicação midiatizada, inclusive nas redes sociais *online*, especificamente no Twitter.

Sarlo (2011) também acredita que as redes sociais estão regadas de subjetividade e que a subjetividade e a intimidade não são meros complementos de uma mensagem, mas sim fazem parte de sua configuração como um todo. Para a autora no Twitter não há público ou

privado no sentido clássico, “essas categorias se reconfiguraram, para muitos usuários em termos reais; para outros, em termos formais: devem fingir que não há público e privado.” (SARLO, 2011, p. 15) Além disso, a subjetividade está ligada diretamente também à recepção das mensagens, sem a subjetivação nas mensagens não há eficácia.

3.2 Internet e Twitter: artefatos políticos

A recente apropriação de novas mídias por parte de atores políticos, em períodos eleitorais ou não, e as consequentes mudanças na prática política e no discurso político acabam por exigir uma evolução também nos estudos da área de comunicação e política; tanto em termos de elaborações teóricas quanto metodológicas.

Já existem alguns estudos que buscam colaborar para esta evolução como a crítica que Sarlo (2011) propõe à apropriação do Twitter por políticos argentinos, colaborando para o entendimento da performance dessas pessoas públicas neste novo espaço de visibilidade midiática que acaba por promover um entrelaçamento entre a esfera pública e privada. Arfuch (2010) delimita um espaço biográfico contemporâneo que abre possibilidade de considerar o ambiente das redes sociais online como parte deste espaço, bem como o Twitter como uma auto-entrevista midiática.

Há, que se ressaltar, também, como exemplo, as discussões elaboradas por Morozov (2011) sobre a desilusão que a Internet pode proporcionar já que há um grande número de pessoas, o grupo dos “ciberotimistas”, que apostam nas redes sociais como criadoras de espaços deliberativos, de luta política e engajamento cívico. E por Benkler (2006) que discorre sobre a existência de uma nova esfera pública em rede, como se verá adiante. Outros pesquisadores como Marques, Silva e Matos (2011) de modo mais específico elaboram reflexões sobre as estratégias de comunicação política online, analisando o perfil de José Serra (candidato a presidência do Brasil em 2010) no Twitter. Já os estudos de Almeida (2012), abrangem a análise do Twitter de Dilma Rousseff e José Serra, também em vistas de analisar as estratégias de campanha eleitoral em 2010. Almeida (2012) esclarece questões sobre a interação, a performance e o ethos discursivo presente nos perfis dos candidatos. Após a campanha de Barack Obama para a presidência dos Estados Unidos da América em 2008, houve um crescimento considerável de estudos nessa mesma área sobre as Eleições 2010.

Esses estudos fazem surgir uma série de questões sobre as implicações políticas das tecnologias. Não há controvérsia maior entre tecnologia e sociedade do que a posição de que

artefatos têm qualidades políticas, já que podem vir a exercer funções de poder e autoridade. (WINNER, 1986)

Há estudiosos que dizem que os artefatos, tais como televisão, rádio, automóvel, telefone, sistema fabril, bem como a Internet, são democratizadores, provedores de liberdade e justiça social. Segundo Winner (1986), não há uma nova invenção que escape a esse rótulo, mas constatar que essas tecnologias têm política nelas próprias parece, em um primeiro momento, equivocado. De acordo com o autor, “todos nós sabemos que as pessoas têm política, não as coisas. Descobrir virtudes ou pecados em agregados de aço, plástico, transistores, elementos químicos e artifícios materiais parece completamente equivocado.” (WINNER, 1986, p. 20).

O que se apresenta no contexto atual do pensamento social e político moderno é a chamada “teoria de política tecnológica” que propõe evitar o determinismo social – que infere que não importa a tecnologia em si, mas o sistema social no qual ela está inserida – e o determinismo tecnológico leigo – que acredita no potencial da tecnologia em si mesma, sua dinâmica interna, sem nenhuma influência externa, para moldar a sociedade segundo seus padrões –, para, enfim, sugerir que “prestemos atenção às características dos objetos técnicos e aos significados dessas características.” (WINNER, 1986, p. 21).

Essa “teoria de política tecnológica”, portanto, não substitui, mas complementa a determinação social da tecnologia, voltando os olhares para as coisas em si e seus fenômenos políticos. Winner (1986) determina dois tipos de tecnologias: as que têm consequências políticas – que dependem fortemente do contexto social, econômico e político em que estão inseridas – e as inerentemente políticas. A essas últimas cabe às autoridades, governos e afins a decisão de adotá-las ou não, pois têm em si mesmas o poder de mudar drasticamente uma determinada forma particular de vida política.

Para Morozov (2011), a repercussão sobre o poder do Twitter nos protestos no Irã em 2009, caracteriza a ideia equivocada de países ocidentais, principalmente os Estados Unidos e União Europeia, de analisar a Internet e suas redes sociais como tecnologias inerentemente políticas (democratizantes).

Em junho de 2009 o Irã enfrentou protestos do chamado “Movimento Verde” em várias partes do país. O movimento acusava de fraude as eleições presidenciais daquele ano que elegeram Mahmoud Ahmadinejad. A imprensa ocidental noticiou os eventos daquele junho de 2009 de modo a enaltecer o poder político do Twitter – “A revolução será Twittada” (tradução nossa), escreveu Andrew Sullivan, citado por Morozov (2011), em seu blog “Atlantics”. Noticiaram que outras formas de comunicação teriam sido proibidas e somente o Twitter

continuava permitido no país. O que transparecia no momento, a partir dessas notícias, era que o Twitter estava provendo não só democracia, mas também diplomacia.

O ocidente utilizava a revolução “online” iraniana como exemplo do que viria a ser o futuro do mundo: o autoritarismo estaria condenado em todos os lugares. “O novo pesadelo da tirania: Twitter”, esse foi o título de uma das matérias do Los Angeles Times, o que caracteriza claramente o clima de ciberotimismo que tomou conta da opinião pública. Ainda segundo Morozov (2011),

[...] a revolução iraniana no Twitter revelou o intenso desejo ocidental de um mundo no qual a tecnologia da informação seria libertadora e não opressora, um mundo no qual a tecnologia pudesse servir para espalhar a democracia ao invés de consolidar autocracias. (MOROZOV, 2011, p. 5, tradução nossa)²⁷

Esse intenso desejo por liberdade e democracia, proporcionado pelas tecnologias, retoma o período da guerra fria no qual acreditava-se no poder político do VHS, das máquinas de fax e fotocopiadoras que eram contrabandeadas para dentro da União Soviética, em 1989. A “Doutrina Google”, segundo Morozov foi concretizada já neste período e voltou à tona na revolução iraniana em 2009. Para essa doutrina, uma pessoa, uma vez armada de tecnologia, pode vencer qualquer exército.

Segundo Morozov (2011), alguns acontecimentos importantes já desestabilizaram essa doutrina, como o “11 de setembro” nos Estados Unidos, que comprovou que a Al-Qaeda tem tanto poder em relação à Internet quanto seus oponentes ocidentais.

Outros acontecimentos estão diretamente relacionados ao mito da revolução online iraniana. 1) ainda na época dos protestos, um oficial do Departamento de Estado dos Estados Unidos enviou um email aos executivos do Twitter com um pedido para que o site não entrasse em manutenção, para que os protestos pudessem continuar sem interferências. Em repercussão a essa notícia o governo iraniano formou um grupo de vinte pessoas com capacitação em crimes na Internet para identificar qualquer mensagem falsa ou de insulto contra o governo do Irã, por considerar ofensiva a iniciativa do governo norte-americano; 2) o governo do Irã enviou um comunicado à população para que ficasse longe das redes sociais que, segundo eles, eram armas da oposição, caso contrário poderiam ser presos e até condenados à morte; 3) outros governos começaram a temer a batalha digital, como foi o caso da China que interpretou o envolvimento do Departamento de Estado dos EUA na revolução

²⁷ “Iran’s Twitter Revolution revealed the intense Western longing for a world where information technology is the liberator rather than the oppressor, a world where technology could be harvested to spread democracy around the globe rather than entrench existing autocracies.”.

iraniana como um sinal de que a Internet facilitava os objetivos do ocidente, e que a suposta revolução teria sido cuidadosamente planejada. Isso colaborou para aumentar a censura da Internet na China.

O mito da “revolução do Twitter” no Irã ainda vai além. Morozov (2011) propõe algumas questões básicas para o entendimento desta revolução. Primeiro: quantas pessoas dentro do Irã estavam twitando sobre os protestos? O autor responde que existiam de fato vários iranianos acompanhando o Twitter, mas não se sabe ao certo quantos estavam no país e quantos estavam twitando do exterior. Dados da Sysomos (companhia de análise de redes sociais) mostram que existiam apenas 19.235 perfis do Twitter registrados no Irã, o que representa 0,0027% da população, nas eleições de 2009. Esses dados não ignoram o fato de que as informações foram twitadas em peso, mas não confirmam que foram criadas ou repassadas por aqueles que estavam no Irã.

E segundo: o Twitter foi realmente utilizado como uma chave na organização desses protestos? A partir das análises de Morozov, o Twitter foi utilizado para postar novidades sobre local e horário dos protestos, mas não há ligação concreta com a validade do Twitter em relação à convocação para as ruas. O Twitter não era necessário para que se soubesse sobre atualizações dos protestos, havia outros meios e indicadores.

O mito da revolução online iraniana faz parte de algo maior: o mito de que a Internet pode derrubar ditadores. Para Morozov (2011) essa crença no poder libertador valida apenas a ideia de que regimes autoritários censuram a Internet por temê-la, mas ignora o fato de que a mesma está mudando a cultura de resistência e oposição, e que governos ditatoriais podem encontrar uma forma de transformar a Internet em uma poderosa arma de opressão.

É exatamente essa discussão que Bobbio (1986) apresenta sobre a democracia e o poder visível. Para o autor, é interessante comparar as histórias de líderes da antiguidade que não tinham acesso a muitas informações sobre a população, sendo assim, revoltas eclodiam sem que os mandatários pudessem preveni-las. Já na atual conjuntura do poder visível, a ilusão que se criou da tendência rumo ao máximo controle do poder pela população é substituída pelo seu oposto: o máximo controle da população por quem detém o poder.

Na visão de Morozov (2011), longe de ser um aparato inerentemente político, a Internet deve ser, antes de tudo, compreendida no contexto em que estiver inserida. Sabe-se que a Internet importa, mas ainda não está claro para qual finalidade, sua lógica nunca poderá ser entendida se descontextualizada. É equivocado perceber a Internet como determinista de apenas uma força, libertadora ou opressora, e é, ainda,

[...] ingênuo acreditar que uma tecnologia tão sofisticada e diversificada como a Internet poderia produzir resultados idênticos – fossem eles bons ou ruins – em países tão diversos como a Bielorrússia, Birmânia, Cazaquistão, e Tunísia. (MOROZOV, 2011, p. 29)²⁸

Morozov (2011) critica, portanto, a visão ciberotimista de que a Internet é um aparato inerentemente político. As ideias de Benkler (2006), porém, traçam um interessante paralelo, de acordo com os padrões de Winner (1986): a Internet não é em si política, mas possui consequências políticas.

Segundo Benkler, o que surge com a Internet e os novos aparatos tecnológicos é uma nova economia em rede, que substitui a antiga economia industrial das mídias de massa (predominante da segunda metade do século XIX até o final do século XX).

O que caracteriza a economia da informação em rede é que ações individuais descentralizadas – especificamente novas e importantes ações cooperativas e coordenadas realizadas por meio de mecanismos radicais de distribuição, que não fazem parte do mercado e que não dependem de estratégias dos proprietários – desempenham um papel muito maior do que desempenhavam ou poderiam ter desempenhado na economia da informação industrial. (BENKLER, 2006, p. 15)²⁹

Uma das principais mudanças ocorridas entre a economia industrial e a economia em rede diz respeito às amarras físicas na produção e recepção de informação. Segundo o autor, a imprensa física (televisão, telégrafos, rádio, cabos e satélites) era necessária para que se produzisse informação e os custos para transmissão desta informação para além das fronteiras era elevado. Atualmente, com a possibilidade de distribuição de informação sem as amarras físicas e fora da lógica mercadológica, a criatividade individual é o carvão necessário para a nova economia. Isso não significa que as novas tecnologias não possam ser usadas pela lógica do mercado, ou que os indivíduos deixem de buscar oportunidades mercadológicas,

[...] isso significa, no entanto, que sempre que alguém, em algum lugar, entre os bilhões de seres humanos conectados e entre todos aqueles que estarão conectado um dia, quiser fazer algo que exige criatividade humana, pode fazer utilizando um computador e uma ligação em rede, sozinho ou em cooperação com os outros. (BENKLER, 2006, p. 18)³⁰

²⁸ “[...] it is naive to believe that such a sophisticated and multipurpose technology as the Internet could produce identical outcomes— whether good or bad—in countries as diverse as Belarus, Burma, Kazakhstan, and Tunisia.”

²⁹ “What characterizes the networked information economy is that decentralized individual action —specifically, new and important cooperative and coordinate action carried out through radically distributed, nonmarket mechanisms that do not depend on proprietary strategies — plays a much greater role than it did, or could have, in the industrial information economy.”

³⁰ “It does mean, however, that whenever someone, somewhere, among the billion connected human beings, and ultimately among all those who will be connected, wants to make something that requires human creativity, a computer, and a network connection, he or she can do so—alone, or in cooperation with others.”

A economia em rede e sua liberdade prática disponibiliza aos indivíduos maiores oportunidades de ação e cooperação, o que, segundo o autor, colabora para a melhoria da democracia, da justiça e do desenvolvimento social. A dependência da mídia de massa é menor e, por isso, há uma facilidade em criar ações que possam vir a gerar resultados políticos.

Quando trata do poder democratizador da Internet, Benkler (2006) discute sobre a nova esfera pública que seria, também, uma esfera pública em rede, interligada. As principais características dessa esfera pública em rede dizem respeito a eliminação dos custos de se tornar uma pessoa com voz ativa e da comunicação além das fronteiras. A capacidade dos indivíduos, na ação coletiva ou individual, de participarem da esfera pública aumentou. Para os países autoritários torna-se extremamente difícil, se não impossível, possuir uma esfera pública em rede e manter o controle sobre a mesma.

Várias críticas ao poder democratizador e libertador da Internet são postuladas pelo autor, as mais importantes e contundentes dizem respeito à questão: a Internet é de fato caótica ou centralizada? Ela é realmente mais democratizadora do que os meios de comunicação de massa? Essas perguntas surgem a partir de alguns posicionamentos: 1) a Internet proporciona um excesso de informação o que provocaria uma fragmentação de atenção e do discurso e uma polarização da informação; 2) a Internet é centralizada, existem poucas pessoas que merecem ser ouvidas; 3) a mídia de massa ainda é um meio muito importante na função de quarto poder, ou seja, indivíduos conversando entre si é de fato interessante mas não substitui o poder econômico ou político das mídias industriais; 4) governos autoritários podem filtrar e monitorar a Internet; 5) a profunda exclusão digital global.

Benkler (2006) alerta para o fato de que as comparações da nova esfera pública em rede devem ser feitas com a antiga esfera pública industrial, e não com uma utopia que foi criada para a Internet no início dos anos 1990, que vislumbrava um poder inerente para a Internet que não é palpável.

Ainda para o autor, a antiga esfera pública industrial possuía falhas que já foram muitas vezes analisadas, como a limitação de oportunidades para exibição de diferentes opiniões; o poder excessivo dado aos proprietários dos meios para dar forma às informações; e a simplificação de discussões públicas complexas – por não haver espaço para deliberação. Benkler (2006) sugere que a esfera pública em rede, em comparação com a industrial, permite que muito mais indivíduos comuniquem suas opiniões, criem novas informações de modo que não precisam ser controlados por mecanismos maiores de mídia ou por agendas jornalísticas.

3.2.1 Hugo Chávez no Twitter

Partindo da suposição de que a Internet pode possuir consequências políticas caso o contexto na qual estiver inserida assim permitir, o exame da utilização do Twitter por Hugo Chávez, presidente da Venezuela, torna-se um objeto de estudo pertinente.

Hugo Chávez é acusado dentro e fora da Venezuela, por impedir a liberdade de expressão no país. A matéria “**Fechamento da RCTV encerra guerra da mídia na Venezuela**” publicada em 28 de maio de 2007 pelo Uol Notícias, mostra que em maio de 2007 a emissora Rádio Caracas Televisión (RCTV) que faz oposição ao governo de Chávez, não recebeu a renovação de concessão do contrato pelo governo, que acusou o canal de ter participado do golpe de estado em 2002. (FECHAMENTO..., 2007). Em 2010, Chávez retira do ar a RCTV Internacional e mais outras cinco emissoras por acusá-las de não terem transmitido um discurso seu. (CHÁVEZ EXIJE..., 2010).

Em 2002, o governo chavista sancionou a Lei Orgânica de Telecomunicações, que dava plenos poderes ao Executivo Nacional de suspender a transmissão de qualquer programa a qualquer momento, “para resguardar os interesses da nação” (MARCANO; TYSZKA, p. 242, 2006). Em 2003, o governo chavista votou a favor da Lei de Responsabilidade Social que regula todo o conteúdo dos meios de comunicação. Em dezembro de 2010, a Lei de Responsabilidade Social foi estendida, também, à internet e sancionada como “Lei de Responsabilidade em Rádio, Televisão e Meios eletrônicos” que tem como objetivo:

[...] estabelecer, na difusão e recepção de mensagens, a responsabilidade social dos prestadores de serviços de rádio e televisão, provedores de meios eletrônicos, anunciantes, produtores nacionais independentes e usuários e usuárias, para fomentar o equilíbrio democrático entre seus deveres, direitos e interesses a fim de promover a justiça social e de contribuir com a formação da cidadania, da democracia, da paz, dos direitos humanos, da cultura, da educação, da saúde e do desenvolvimento social e econômico da nação, em conformidade com as normas e princípios constitucionais da legislação para a proteção integral das crianças e adolescentes, da cultura, da educação, da segurança social, da livre competência e da Lei Orgânica de Telecomunicações.³¹ (LEY..., 2012, tradução nossa)

Os meios de comunicação que não atendessem a essa lei poderiam ser multados ou cancelados pelo governo.

³¹ “Establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión, proveedores de medios electrónicos, los anunciantes, los productores nacionales independientes y las usuarias y usuarios, para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses a los fines de promover la justicia social y de contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación, de conformidad con las normas y principios constitucionales de la legislación para la protección integral de los niños, niñas y adolescentes, la cultura, la educación, la seguridad social, la libre competencia y la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.”

A partir de uma busca no Google percebe-se, na mídia, uma repercussão negativa sobre tal decreto, para alguns Chávez limitou a liberdade de utilização da Internet, como já feito por Fidel Castro em Cuba. Mas Hugo Chávez, no dia 22 de março de 2010 em seu programa de TV (Alo, Presidente), reafirma sua posição e explica: “Dizem que *eu vou* eliminar a Internet, não, pelo contrário, o que quero para a Internet, como todos sabem, é lei.” Anunciou a criação de seu próprio blog e ainda pediu que as instituições oficiais mantivessem atualizados seus sites (HUGO CHÁVEZ...,2010).

Ainda no mesmo programa, de acordo com a notícia “Chavez neutraliza críticas à Internet”, também publicada pela CNN, o presidente venezuelano anunciou a criação de 24 info-centros em todo o país nos quais a população tem acesso livre e gratuito à Internet. Chávez também comentou que era necessário enfrentar a guerra midiática que começou e comentou que em 2009 os usuários de Internet do país aumentaram em 30%. Hugo Chávez chamou a atenção, ainda, para a Internet como uma trincheira de luta contra os valores do capitalismo³²:

Essa tecnologia de informação e comunicação não contribuía para nada além de ampliar a brecha entre ricos e pobres. Sim, mas o povo a utiliza apropriando-se do conhecimento e da tecnologia, para quê? Para melhorar sua condição de vida, para alcançar a independência nacional, a soberania nacional. Para lutar também. Para lutar contra os valores do capitalismo que andam pela internet. Vocês tem aqui uma trincheira de luta, é como se você tivesse um fuzil, imagina você ter um fuzil, ter um canhão, porque por aí veem correndo (*os valores do capitalismo*) pela internet, por não sei quantas páginas de blog, por não sei mais quantos termos se usa, [...] Twitter e não sei mais o quê. A corrente muitas vezes é cooperativa. (CHÁVEZ CONTRARRESTA..., 2010, tradução nossa).

Havia muitas razões para Hugo Chávez se preocupar com a Internet: a oposição – muitas vezes impedida de utilizar canais televisivos – passa a utilizar a Internet para mobilização contra o governo. Um mês após o programa do dia 22 de março de 2010 mencionado anteriormente ir ao ar, Hugo Chávez ativou sua conta no Twitter, como anunciado por Diosdado Cabello em seu perfil no microblog: “Está vindo em breve @chavezcandanga. Preocupem-se, vocês amargos, a luta está em todas as frentes.” (tradução nossa)³³.

³² Cabe aqui ressaltar que essa idéia de “trincheira de luta” deverá ser aprofundada em termos do imaginário ideológico que ela aciona ao período da guerra fria, conforme sugestão do professor Márcio Serelle.

³³ “Pronto, ya viene @chavezcandanga, amargados aprieten, la lucha es en todos los frentes.”. “Chavezcandanga” é o nome de Chávez no Twitter, já “amargos” são os opositores do governo chavista, segundo Diosdado Cabello.

Hugo Chávez postou a primeira mensagem no Twitter em 28 de abril de 2010, e após 24 horas de utilização da rede social seu perfil já estava com 50.000 seguidores. Após um mês no Twitter ele obteve mais de 500.000 seguidores se tornando um dos políticos mais populares na rede. Hoje em dia o perfil de *chavezcandaga* tem 1.800 posts e 3.586.741 seguidores³⁴, se classificando entre os 200 perfis de twitter mais seguidos – entre os perfis de presidentes, o de Hugo Chávez é o segundo mais seguido no mundo, atrás apenas do perfil de Barack Obama. Para Morozov (2011), Hugo Chávez tem sido simpático, atencioso e educado, ao contrário do que seria a sua postura de combatente e rígido do âmbito offline, e passa boa parte do tempo na rede social respondendo tanto a críticas como a mensagens a seu favor. Apenas três meses depois de criar uma conta na rede social o presidente venezuelano postou que havia recebido em torno de 288.000 pedidos de ajuda de cidadãos pela rede online, segundo Morozov (2011).

Importante destacar que após Chávez se render ao mundo online, o mesmo declarou que o Twitter não seria apenas uma distração para ele. O presidente disse em um canal de TV da Venezuela: “Eu criei minha própria missão-Chavezcandanga para responder mensagens, e nós vamos criar um fundo para esta missão para prover coisas que estão em falta e que são urgentes.”. Disse, ainda no programa de TV, que o Twitter seria sua arma secreta e retirou a ideia de que ele estava usando uma ferramenta capitalista: “A internet não pode existir apenas para a burguesia, deve ser usada também para a batalha ideológica.” (CHÁVEZ apud MOROZOV, 2011).

Chávez prometeu contratar duzentos funcionários com dinheiro público para ajudá-lo a ganhar a guerra do Twitter (MOROZOV, 2011) e recebia dois mil novos seguidores por minuto nos primeiros meses de utilização da rede.

Ao utilizar o Twitter intensamente, Chávez reforça um tipo de censura, pontuada por Eco (2012) baseada principalmente no ruído. Se antigamente a censura era criada no silêncio, atualmente, com inúmeros recursos e lugares para a fala, a censura é pautada no ruído, na constante necessidade de dizer algo para que todo o resto – o que se pretende silenciado – não obtenha espaço.

Um estudo realizado pela *comScore*, um importante centro de pesquisa sobre o meio digital, apontou números importantes sobre o uso do Twitter. Segundo essa pesquisa, de junho de 2009 a junho de 2010 a utilização do Twitter cresceu 109% em relação à população mundial e 305% em relação à população latino-americana. Os países que apresentaram um crescimento mais elevado neste período foram Indonésia, Brasil e Venezuela. Na Indonésia

³⁴ Dados de 08 de outubro de 2012.

20,8% da população conectada à Internet visitou o Twitter no mês de junho de 2010, no Brasil a porcentagem foi de 20,5% e na Venezuela de 19%. Esses três países lideram o ranking de penetração nessa rede social no mundo seguidos por Holanda (17,7%) e Japão (16,8%)³⁵. A pesquisa aponta ainda para o fato da presença de Hugo Chávez no Twitter ser fator de extrema relevância para o aumento da penetração da população venezuelana nesse meio digital. (INDONÉSIA..., 2010).

Dados do quarto trimestre de 2011 obtidos pela Conatel, a Comissão Nacional de telecomunicação da Venezuela, apontam para o fato de que 11.774.264 de pessoas têm acesso à Internet no país, o que caracteriza 40,22% da população total³⁶. O número é considerado baixo se comparado à penetração da Internet nos países da América do Norte e Europa, por exemplo.

No capítulo a seguir será analisado o discurso de Hugo Chávez no ambiente do Twitter considerando sua percepção do microblog como uma trincheira de luta.

³⁵ Foram analisadas pessoas com mais de 15 anos que utilizam a Internet em residências ou em locais de trabalho. A pesquisa exclui os acessos por meio de lan houses, cafés ou telefonia móvel.

³⁶ Se comparados com os dados de mesmo período de 2010, houve um crescimento de 16,76% do acesso à Internet na Venezuela.

4 @CHAVEZCANDANGA: UMA TRINCHEIRA DE LUTA

O capítulo traz de início esclarecimentos sobre a estratégia metodológica delineada. Em seguida é apresentada uma análise quantitativa e qualitativa do perfil de Hugo Chávez, bem como as referências feitas pelo mandatário ao Twitter e sua habilidade na utilização das ferramentas que o microblog proporciona – replies (respostas diretas a outros usuários) e retweets (repostagens de tweets elaborados por outros usuários).

Cabe ainda esclarecer que a reflexão foi organizada privilegiando-se a caracterização da “*batalha*” – termo recorrente em seu discurso no microblog – em duas frentes: A Batalha de Carabobo e a Batalha de Ideias. A primeira diz respeito à disputa eleitoral pela presidência da Venezuela (entre julho de 2012 e outubro de 2012), e a segunda ao seu projeto de divulgação da ideologia socialista que perpassa todo o período analisado (entre outubro de 2011 e outubro de 2012). Também foram examinadas as táticas adotadas em cada um desses combates.

4.1 Considerações metodológicas

Considerando como ponto de partida o propósito explicitado por Chávez de utilizar o Twitter como uma trincheira de luta, buscou-se desvelar, por meio de uma cuidadosa pré-observação, como o mandatário se apropriou do microblog como lugar de batalha. O Twitter foi utilizado por Chávez como trincheira tanto para ataque como para defesa. O conceito de trincheira é, portanto, compreendido aqui como lugar em que se trava uma batalha e, também, lugar de defesa em uma luta.

Com base nessa pré-observação, foi possível perceber que se tratava, em verdade, de duas batalhas: a *Batalha de Carabobo* e a *Batalha das Idéias*. Batalhas essas que compreendem inimigos e estratégias específicas. Assim, a partir da percepção da existência das duas batalhas, buscou-se caracterizar e refletir sobre as táticas discursivas utilizadas por Chávez em cada uma delas.

Para análise dessas táticas foram utilizadas três categorias da análise retórica que são propostas por Leach (2002), são elas: 1) **invenção** (diz respeito a como são inventados os argumentos em relação a certos objetivos); 2) **disposição** (ou como o discurso está organizado), estilo, memória (do locutor sobre o conteúdo de sua fala); e 3) **apresentação** (o que o locutor diz de si mesmo) – neste caso específico vale ressaltar que o modo como

Chávez se apropria do Twitter enquanto dispositivo é um aspecto relevante a ser considerado na análise de seu modo de apresentação.

Para consecução da análise, foi realizado um estudo de caso cujo *corpus* compõe-se das mensagens postadas no Twitter por Hugo Chávez, no período de 01 de outubro de 2011 e 14 de outubro de 2012, período esse que antecede as últimas eleições presidenciais da Venezuela que ocorreram no dia 07 de outubro de 2012. Optou-se por estender a observação uma semana após o pleito de modo a examinar o discurso do presidente após os resultados eleitorais que o reelegeram.

Para Fragoso, Recuero e Amaral (2011) há certas dificuldades encontradas pelos pesquisadores de Internet e novas tecnologias que deverão ser levadas em conta para uma melhor construção da pesquisa:

1. Manter a pesquisa sobre internet contextualizada dentro das tradições de pesquisa de mídia e tecnologia que antecedam e transpasse a internet; 2. Abordar o objeto internet responsavelmente, através de perguntas chave que deixam à mostra questões relativas ao poder e à condição humana; 3. Empenhar-se em observar quadros maiores do que aqueles relevantes a nossas condições locais; 4. Manter o diálogo e a troca de ideias mutuas com outras disciplinas e tradições de pesquisa; e 5. Primar pela reflexividade e pelos conceitos, definições, rótulos e metáforas através dos quais organizamos e construímos nossas recomendações teóricas. (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 35).

Além dessas considerações as autoras chamam a atenção também para o que Steve Jones (apud FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011) cita como pesquisas proféticas que visam definir ou tomar posição sobre o que se pensa que a Internet será ou o que ela pode vir a ser, ao invés do foco no que ela realmente representa. Isto está diretamente relacionado aos modismos que a rede proporciona.

A questão do modismo, ou do hype, em relação às temáticas abordadas pelas pesquisas sobre a internet já estava presente desde seu princípio nos anos 90, como caracteriza Postill (2010, online): “Muito hype sobre a nova era da internet ou nova era virtual; códigos binários, virtual versus real, online versus off-line, interações síncronas versus assíncronas; internet pensada como um domínio isolado – ciberespaço”. (JONES apud FRAGOSO; RECUERO; AMARAL. 2011, p. 37).

Para feitura do estudo de caso foi aplicada a análise de conteúdo que, segundo Gaskell (2002), reduz a complexidade de textos abrangentes e os descreve em características curtas. A análise de conteúdo para o autor, portanto, é “uma técnica para produzir inferências de um texto focal para seu conteúdo social de maneira objetiva.” (BAUER, 2002, p. 191).

Além disso, ainda para o autor, uma boa análise de conteúdo não deve ser julgada por sua leitura verdadeira do texto analisado, mas sim pela congruência com o que está se pesquisando a luz dos objetivos da pesquisa proposta.

Assim, uma análise de conteúdo deve considerar duas dimensões: a sintática que descreve os meios de expressão, ou seja, como algo é dito ou escrito; e a semântica que diz sobre o que é dito em um texto. “Tais conjecturas podem inferir os valores, atitudes, estereótipos, símbolos e cosmovisões de um texto sobre o qual pouco se sabe.” (BAUER, 2002, p. 193). Ou seja, foi levado em conta tanto os enunciados quanto as estratégias de enunciação de Chávez no microblog.

A intenção foi considerar cada tweet como um microrrelato, como parte de uma macronarrativa construída por Chávez sobre si e seu governo. No período de campanha eleitoral (entre julho de 2012 e outubro de 2012) atentou-se para o relato de Chávez como candidato, e durante todo o período (entre outubro de 2011 e outubro de 2012) o relato de seu projeto de socialismo como presidente. Em vista disso, a retórica foi considerada como uma das categorias na análise de conteúdo a ser empreendida. Tal adoção ancora-se na sugestão formulada por Bauer (2002). De acordo com o autor o *logos*, que se refere às conclusões de observações; o *pathos*, que se refere às emoções; e o *ethos*, que se refere à apresentação do locutor; são premissas da análise retórica e são conceitos empregados para decodificar textos “em termos de argumentação (marcadores de *logos*), sua função de atrair a atenção de um ouvinte/leitor (marcadores de *pathos*), ou referências à autoridade e reivindicação de reputação do que fala/escreve (marcadores de *ethos*).” (BAUER, 2002, p. 204).

Leach (2002) atenta para o fato de que há um perigo em reduzir a análise retórica às intenções de quem discursa. Essa prática, para a autora, trata a análise como meramente o oposto da construção do discurso supondo que a construção da fala/escrita seja recuperável para avaliar aquelas intenções. Além disso, pressupõe que a recepção seja transparente. Ou seja, quando fazemos isso,

[...] nós tomamos a análise retórica como a reconstrução da intenção dos autores e locutores, e consideramos a intenção como estando “atrás” das mudanças de comportamento, ou da atitude, dos públicos; nós procedemos como se “intenções” de autores possam ser preditas através de seus textos ou desempenhos orais. (LEACH, 2002, p. 297).

Para a autora, em uma análise retórica, não se deve perder de vista a exigência do discurso retórico no dado momento, ou seja, o contexto em que se realiza o discurso, no caso o processo eleitoral na Venezuela; e o público ao qual o discurso é direcionado.

4.2 @chavezcandanga: a trincheira e as táticas

O tópico analisa como Hugo Chávez utilizou o Twitter no período que antecedeu as eleições presidenciais da Venezuela (outubro de 2011 a outubro de 2012), com vistas a examinar se o mandatário venezuelano cumpriu a sua promessa de transformar o microblog em uma trincheira de luta e quais as táticas utilizadas por ele nessa luta.

4.2.1 A trincheira de luta

A partir de estatísticas disponibilizadas pelo site TweetStats (<http://tweetstats.com>), constatou-se que Hugo Chávez postou 437 mensagens no período analisado (entre 1 de outubro de 2011 e 14 de outubro de 2012), a grande maioria via celular BlackBerry³⁷. Ocorre-nos que tal utilização via celular poderia reforçar a ideia de que seria o próprio mandatário que estaria postando suas mensagens no Twitter já que Chávez, em pronunciamentos no início de 2010, disse que utilizava constantemente o BlackBerry e chegou a mostrar, em rede nacional, o seu aparelho celular (Figura 1). Chávez disse ainda que muitos acusavam o BlackBerry de ser uma arma capitalista, mas para ele isso depende de quem o utiliza e dos objetivos que se quer conquistar utilizando-o (CHÁVEZ BLACKBERRY, 2010).

A imagem apresentada na Figura 1 é de 30 de abril de 2010, feita em um encontro no Teatro Teresa Carreno em Caracas. No evento, Chávez informou sobre sua entrada no Twitter e convidou Evo Morales e Fidel Castro a também criarem suas contas no microblog³⁸. O mandatário disse: "Evo, te convido, Fidel, te convido para que ingresseemos nestas redes a postar mensagens e a recebê-las também. Vamos à batalha ideológica em todos os espaços; revolução em todos os espaços." (CHÁVEZ CONVIDA..., 2010).

³⁷ BlaBerry foi o primeiro smartphone – aparelhos celulares com acesso à Internet – desenvolvido no mundo.

³⁸ Evo Morales e Fidel Castro não criaram contas oficiais no Twitter até o presente momento.

Figura 2 - Chávez e o BlackBerry



Fonte: PHOTOSTREAM..., 2010

O nome “candanga”, escolhido para o perfil de Chávez no microblog, remete a “diabo”, mas na Venezuela também pode ser um adjetivo utilizado para referir-se a homens de caráter forte, a pessoas astutas e sagazes. Interessante lembrar que a palavra *diabo* também é considerada sinônimo de *inimigo* (HOUAISS, 2012), o que remete diretamente à intenção de transformar o Twitter em uma trincheira em que há definições, como em uma guerra ou batalha, dos “inimigos” a serem combatidos.

A Figura 2 apresenta a disposição do perfil de Hugo Chávez no microblog. Nesse perfil, o mandatário se intitula: Presidente da República Bolivariana da Venezuela. Soldado, Bolivariano, Socialista e Anti-imperialista³⁹. Logo após essa descrição, é disponibilizado um link para o site oficial de seu governo – <http://www.chavez.org.ve>. É possível perceber que Chávez, já nessa curta biografia, apresenta o que ele é – soldado, bolivariano e socialista – e, também, quem é seu inimigo – aqui caracterizado como o imperialismo. Posteriormente, na análise da *Batalha de Carabobo* e da *Batalha das Ideias*, esse embate será aprofundado.

É válido destacar, também, a imagem de Hugo Chávez no microblog, nela o mandatário aparece com um semblante sério e com a mão direita no queixo. A imagem carrega um tom de reflexão ao remeter à famosa escultura de Auguste Rodin, “o pensador”, o que traduz a intenção de Chávez de confrontar ideias no microblog que possam ser refletivas e pensadas.

³⁹ Presidente de la República Bolivariana de Venezuela. Soldado Bolivariano, Socialista y Antiimperialista.

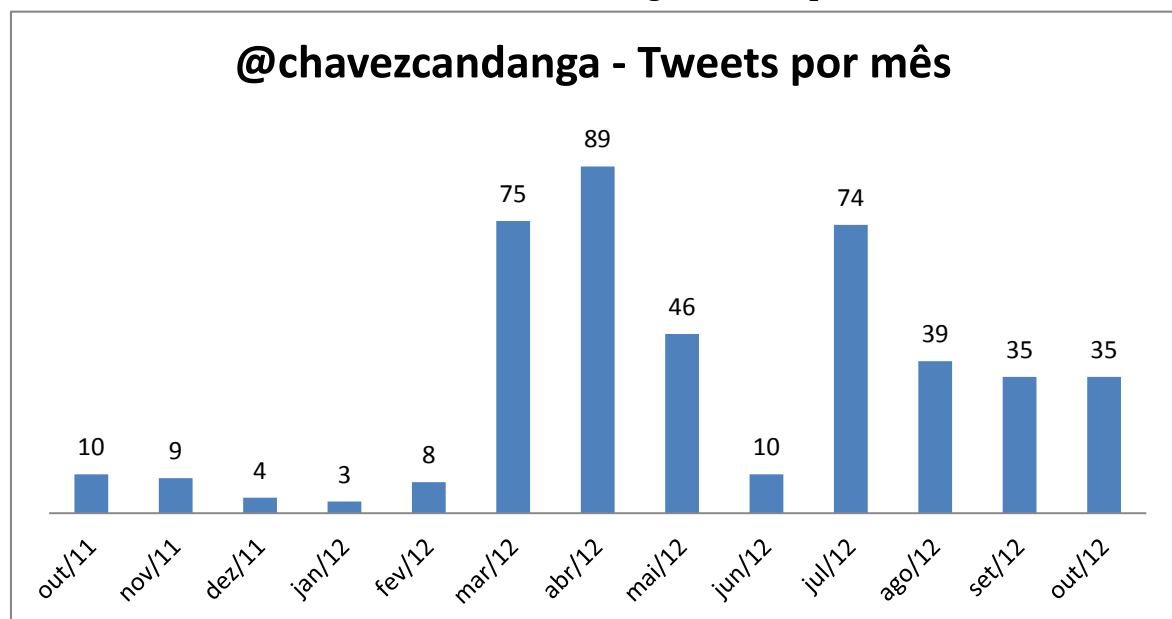
Figura 3 - Perfil de Hugo Chávez no Twitter



Fonte: CHAVEZCANDANGA, 2012

Os meses que o mandatário mais utilizou o Twitter foram março (75 tweets), abril (89 tweets), maio (46 tweets) e julho (74 tweets) de 2012, como é possível perceber no gráfico a seguir:

Gráfico 1 - @chavezcandanga - Tweets por mês⁴⁰



⁴⁰ O mês de outubro de 2012 possui no total 44 tweets, o gráfico apresenta somente os tweets que foram postados até o dia 14 de outubro de 2012 (35 tweets).

Os meses de março, abril e maio de 2012 foram caracterizados pelo constante desaparecimento de Hugo Chávez da cena pública Venezuelana devido ao fato de que o mandatário estava em tratamento contra o câncer. Esse período foi considerado por vários jornais como as semanas do “silêncio de Chávez”, por causa da ausência do mandatário de seus habituais discursos em palanques ou na televisão, como é possível perceber pelas notícias do jornal G1 (portal jornalístico mantido pela Globo.com), da BBC Brasil e do jornal O Estado de São Paulo, respectivamente:

O presidente da Venezuela, Hugo Chávez, quebrou nesta segunda-feira [07 de maio de 2012] um *silêncio de uma semana*, fazendo uma ligação de Cuba, onde trata um câncer, para a TV estatal venezuelana. (CHAVEZ ROMPE..., 2012, grifo nosso).

A ausência prolongada e um *silêncio pouco comum* do presidente Hugo Chávez estão fazendo muitos venezuelanos pensarem que o mandatário passa por uma etapa particularmente difícil de seu tratamento contra o câncer. (SILÊNCIO..., 2012, grifo nosso).

Embora Chávez já houvesse reduzido o tempo na mídia desde o início do tratamento contra o câncer, os cinco *dias de silêncio* são notícia especialmente porque a campanha para as eleições presidenciais de outubro esquentava a cada dia. (OS CINCO..., 2012, grifo nosso).

Mas o presidente não se ausentou do Twitter, que, nesse período, foi o único meio de comunicação utilizado por ele. Como é possível perceber pelo Gráfico 1, Chávez postou 210 mensagens nesse período em seu perfil no microblog e algumas delas com importantes anúncios de governo – é nesse momento que surgem algumas críticas de que o mandatário estaria “governando pelo Twitter”:

O primeiro tweet sobre sua saúde veio em 11 de maio do ano passado [2011]. [...] Desde então, o presidente da Venezuela – que era capaz de passar um domingo inteiro falando na TV, interrompendo a programação local – tem viajado com frequência para se tratar em Cuba e restringido sua comunicação aos 140 caracteres do Twitter. Por meio do microblog, *anuncia medidas assinadas a milhares de quilômetros* e dá escassas informações sobre o tratamento para o câncer. (AZEVEDO, 2012, grifo nosso)

Acostumado a proferir discursos públicos longos, Chávez apareceu algumas vezes nos meios [de comunicação] depois de uma recorrência do câncer, utilizando sua conta no Twitter praticamente como o único meio para se comunicar com o país. Esse silêncio tem sido criticado pela oposição, que considera que *o mandatário “governa” na Venezuela por meio da rede social*, mas, principalmente, criou incertezas sobre sua participação nas próximas eleições presidenciais. (CHAVEZ MANTIENE..., 2012, tradução nossa, grifo nosso⁴¹).

⁴¹ “Acostumbrado a ofrecer maratónicas alocuciones públicas, Chávez ha aparecido contadas veces ante los medios tras la reaparición del cáncer, utilizando su cuenta en Twitter prácticamente como el único medio para comunicarse con el país. Este silencio ha sido criticado por la oposición, que considera que el mandatario

Essas críticas surgem do fato de que nos tweets de @chavezcandanga analisados no período de março, abril e maio de 2012 é possível perceber que o mandatário venezuelano divulgou importantes informações sobre *políticas públicas* de seu governo, tais como subsídios habitacionais e renda para ampliação ou continuação de missões como a “Missão Milagre”, a “Missão Mães do Bairro” e a “Missão Amor Maior”⁴². Chávez também divulgou informações sobre financiamento para pequenos produtores de açúcar e sobre o desenvolvimento da agricultura.

Políticas públicas são entendidas como:

[...] diretrizes, princípios norteadores de ação do poder público; regras e procedimentos para as relações entre poder público e sociedade, mediações entre atores da sociedade e do Estado. São, nesse caso, políticas explicitadas, sistematizadas ou formuladas em documentos (leis, programas, linhas de financiamentos) que orientam ações que normalmente envolvem aplicações de recursos públicos. (TEIXEIRA, 2002, p. 2).

Abaixo seguem exemplos dos anúncios das políticas públicas feitos por Chávez no Twitter durante esse período:

7 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Eu continuo informando: aprovei 1.200 milhões Bs. para subsídios habitacionais diretos! Só no Socialismo isso é possível!⁴³

3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Gonzalo: informo aprovação de 169MM Bs para financiar os pequenos produtores de cana de açúcar!⁴⁴

3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Epa dando e dando! Agora mesmo aprovei 97.6 milhões de Bs. para o desenvolvimento da agricultura urbana e periurbana 2012! Que notícia!!⁴⁵

16 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Viva Bairro Adentro! Essa é a Missão Vanguarda. Daqui, segundi meu tratamento, felicito e celebro os 9 anos do Bairro Adentro!⁴⁶

"gobierna" en Venezuela a través de la red social, pero sobre todo ha generado incertidumbre sobre su participación en las próximas elecciones presidenciales."

⁴² A “Missão Milagre” é destinada a pessoas com deficiências visuais, a “Missão Mães do Bairro” ajuda mães das comunidades carentes e a “Missão Amor Maior” é destinada a idosos, principalmente os que tiveram renda inferior a um salário mínimo enquanto eram trabalhadores ativos.

⁴³ **7 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Sigo informando: he aprobado 1.200 millones de Bs. para subsidios directos habitacionales! Sólo en Socialismo es esto posible!!

⁴⁴ **3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Gonzalo: informo aprobación 169MM Bs para financiar a los pequeños productores de caña de azúcar!

⁴⁵ **3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Epa Dando y Dando! Ahora mismo apruebo 97.6 millones de Bs. para el desarrollo de la agricultura urbana y periurbana 2012! Tubazo!!

⁴⁶ **16 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Viva BarrioAdentro! Esta es la Misión de Vanguardia. Desde aquí, siguiendo mi tratamiento, felicito y celebro los 9 años de BarrioAdentro!

Hugo Chávez anuncia, também, algumas políticas econômicas como a aprovação de financiamento para o setor de Comunicação e para a Infantaria Marinha:

3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

Epa Izarra! Aprovei agora mil e cem milhões Bs. para o MPP Comunicação para gastos de pessoal e funcionamento. Adiante!⁴⁷

3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

Esse PérezPirela! Esse “CayendoYCorriendo” [*nome de programa televisivo*]! Te informo que hoje aprovei 500 milhões de dólares para equipar e modernizar nossa Infantaria Marinha⁴⁸

O mandatário informou, ainda, a reformulação da “Lei Orgânica do Trabalho” (LOT), que estabelece a licença maternidade a seis semanas antes e vinte semanas após o parto para as trabalhadoras venezuelanas:

27 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

Informo a vocês: a nova LOTTT estabelece licença de 6 semanas antes e 20 semanas depois do parto, para as trabalhadoras Venezuelanas. É Justiça!⁴⁹

É possível perceber, também, que Chávez não deixa transparecer de onde está enviando as mensagens, em somente alguns dos tweets, como é o caso do dia 16 de abril, o mandatário é claro na sua localização: “[...] Daqui, seguindo meu tratamento, felicito e celebro os 9 anos do Bairro Adentro⁵⁰.”. Mas a maior parte dos tweets não informa se Chávez está enviando as mensagens da Venezuela ou de Cuba, daí a repercussão e as críticas da oposição sobre sua intraspacidade. Mas o suposto silêncio e ausência de Chávez não se comprovam no microblog, já que no Twitter o mandatário esteve massivamente presente durante seu período de tratamento contra a doença.

Em outros momentos, o Twitter também foi utilizado por Chávez como o meio para divulgar importantes decisões de seu governo. Em outubro de 2012, Chávez, em primeira mão no Twitter, fez nomeações para os ministérios venezuelanos logo após a sua vitória nas eleições presidenciais.

Para o Ministério do Ambiente, Hugo Chávez nomeou Cristóbal Francisco, para o Ministério dos povos indígenas, Aloha Núñez, para o Ministério de Agricultura e Terras nomeou Juan Carlos Loyo, para o gabinete do presidente e Gestão do governo, Almiranta

⁴⁷ **3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Epa Izarra! Aprobé ahora mil cien millones Bs. para el MPP Comunicación para gastos de personal y funcionamiento. Pa'lante!

⁴⁸ **3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Ese PérezPirela! Ese CayendoYCorriendo! Te informo que hoy aprobé 500 millones de dólares para equipar y modernizar nuestra InfanteríaMarina

⁴⁹ **27 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Les informo:la nueva LOTTT establece licencia de 6 semanas antes y 20 semanas después del parto,para las trabajadorasVenezolanas.Es Justicia!

⁵⁰ A “Missão Bairro Adentro” é uma das missões pioneiras e nela são oferecidos serviços de saúde à população com a ajuda de um grande número de profissionais cubanos.

Carmen Meléndez, para ministro de Comunicação e Informação, Ernesto Villegas e para o Ministério de Relações Interiores e da Justiça, o General Néstor Reverol. Em todas as mensagens ele utilizou a palavra “eficiência”, como é possível perceber pelos exemplos abaixo:

13 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga**

E para o Ministério do Ambiente, o Compatriota Cristóbal Francisco! Eficiência ou Nada!!!!⁵¹

13 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga**

Continuamos esse meio-dia chuvoso: para Povos Indígenas, designo a Ministra Compatriota Aloha Núñez! Pátria para os Índios!Eficiência!⁵²

13 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga**

Para o Ministério de Agricultura e Terras, de volta Juan Carlos Loyo! Eficiência ou Nada!!!!⁵³

Em 28 de setembro de 2012, dias antes dos anúncios dos Ministérios serem feitos e ainda em campanha, Chávez fez um pronunciamento em um comício na cidade de Maturín assumindo responsabilidades por possíveis falhas que tenha cometido em seu governo e prometeu maior eficiência em sua próxima gestão (LOGROS..., 2012), daí a máxima “eficiência ou nada” nos anúncios dos novos ministros.

Para a formulação das políticas públicas, bem como da Lei Orgânica do Trabalho, “há necessidade de mediações sociais e institucionais, para que se possa obter um mínimo de consenso e, assim, as políticas públicas possam ser legitimadas e obter eficácia.” (TEIXEIRA, 2002, p. 2), ou seja, acredita-se que Chávez ao anunciar as medidas que, provavelmente, foram analisadas ou contestadas fora do âmbito do Twitter, não teria chegado a “governar” pelo microblog, como aludido pela oposição e por alguns setores da mídia, mas apenas publicizou estratégias sociais, econômicas e políticas de seu governo. Já em relação à nomeação dos ministros, pode-se inferir que o mandatário estaria “governando” pelo Twitter já que esse anúncio é tão somente dever do presidente.

O mês de junho teve uma queda considerável no número de tweets, foram postados apenas dez. Nesse mês, Chávez postou mensagens com comentários sobre os atletas venezuelanos que participavam das olimpíadas de Londres, prestou homenagens aos

⁵¹ 13 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Y para el Ministerio del Ambiente, al Compatriota Cristóbal Francisco! Eficiencia o Nada!!!!

⁵² 13 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Continuamos este mediodía lluvioso: para Pueblos Indígenas, designo Ministra a la Compatriota Aloha Núñez!Patria para los Indios!Eficiencia!

⁵³ 13 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Para el Ministerio de Agricultura y Tierras, vuelva Juan Carlos Loyo! Eficiencia o Nada!!!!

jornalistas em comemoração ao Dia Nacional do Jornalista na Venezuela (27 de junho) – reforçando a questão da “Batalha das Ideias”, que será analisada posteriormente – e aos pais, em comemoração ao Dia dos Pais, que na Venezuela é comemorado no terceiro domingo de junho. Mencionou, também, a entrada da Venezuela no Mercosul e a reunião da Cúpula Presidencial que ocorreu nos dias 28 e 29 de junho, na Argentina. Chávez ainda lamentou a ausência do Paraguai e seu “governo ilegítimo”. O que se pode inferir dessa análise do mês de junho é que Hugo Chávez pode ter voltado às atividades normais, após o longo tratamento contra o câncer, e, por isso, utilizou menos o microblog. Abaixo seguem alguns exemplos das mensagens postadas por Chávez no mês de junho de 2012:

29 Jun 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Bom dia, mundo bom! Começa a Cúpula Presidencial do Mercosul! Lamentamos a ausência do Paraguai devido a ausência de governo legítimo!⁵⁴

27 Jun 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Felicitações a todos os dignos jornalistas da Pátria! Continuemos com a Batalha das Ideias! Carregada com a Artilharia do Pensamento!⁵⁵

O microblog também foi muito utilizado por Chávez no mês de julho de 2012, mês esse que deu início à campanha oficial à presidência da Venezuela. O mandatário passou, então, a utilizar o microblog como mais um lugar para seu discurso eleitoral. A utilização do Twitter como campanha eleitoral será examinada em detalhes no próximo tópico como uma das batalhas travadas por Chávez no microblog: a batalha de Carabobo.

O discurso de @chavezcandanga possui características fortemente religiosas, o mandatário por vezes agradece a Deus por algo conquistado ou evoca nomes de santos, para “pedir por sua vida”:

18 nov 2011 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Chinita de Maracaibo, Chinita de Venezuela, contamos contigo para seguir vivendo, para seguir fazendo Pátria! PátriaParaTeusFilhosMinhaChinita!⁵⁶

25 mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Ao Santo Cristo da Grita peço Saúde e Vida para todo o Povo! E para mim, *pois minha Vida já não é minha. É para a minha Pátria, para meu Povo Amado!*⁵⁷ (grifo nosso)

⁵⁴ **29 Jun 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Buen día, mundo bueno! Comienza la Cumbre Presidencial del Mercosur! Lamentamos la ausencia del Paraguay por no tener un gobierno legítimo!

⁵⁵ **27 Jun 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Felicitaciones a todos los dignos periodistas de laPatria!Sigamos dando la Batalla de las Ideas!A la carga,con laArtilería del pensamiento!

⁵⁶ **18 nov 2011 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Chinita de Maracaibo, Chinita de Venezuela, contamos contigo para seguir viviendo, para seguir haciendo Patria! PatriaParaTusHijosMiChinita!

⁵⁷ **25 mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Al Santo Cristo de La Grita pido Salud y Vida para todo el Pueblo! Y para mí, pues mi Vida ya no es mía.Es para miPatria,para miPuebloAmado!

Na Venezuela comemora-se, em 18 de novembro, o dia da “Virgen de La Chinququirá” (ou “Chinita”), daí a homenagem de Chávez à santa na data específica. Hugo Chávez é devoto de “Santo Cristo de la Grita” (La Grita é uma cidade venezuelana), em 5 de setembro de 2010 nomeou a imagem do Santo como monumento e patrimônio cultural da nação.

A religiosidade de Chávez é predominante principalmente nos períodos em que esteve em tratamento contra o câncer, pode-se perceber por alguns exemplos a seguir, de outubro de 2011:

17 Out 2011 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Olá meus queridos Compatriotas! Por hoje, concluíram os primeiros exames... Amanhã continuaremos muito cedo. Esperamos com Fé em Deus!⁵⁸

17 Out 2011 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Olá meu mundo! Digo-lhes que essa manhã, antes de ir à sala de imagenologia, ascendi uma vela a Cristo e outra aos Santos com uma Promessa!⁵⁹

17 Out 2011 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Olá mundo bom! Aqui estamos em um dia chuvoso Habanero, fazendo todos os exames, com Deus por adiante. Vivemos e Vencemos!⁶⁰

Observa-se nesses tweets o apelo do *ethos* (a apresentação de quem discursa) ao *pathos* (as emoções incluídas no discurso), esse é um processo intrínseco a esse discurso religioso de Chávez. Essa tática discursiva de utilização da religião como emoção se torna imprescindível como uma das armas de luta do mandatário e da conquista e manutenção de apoio popular, já que 97,7% da população venezuelana se diz cristã (VENEZUELA, 2012).

Chávez homenageia variados segmentos da sociedade venezuelana em seu microblog, os esportistas são, por diversas vezes, elogiados pelo presidente. O mandatário faz questão de demonstrar seu interesse pelo esporte parabenizando os atletas pelas conquistas ou dando apoio em alguma competição:

31 ago 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Outra medalha para a Pátria! Omar Monterola se banhou de glória nos 200 mts! Bravo Monterola! Bravo Venezuela!⁶¹

⁵⁸ **17 Out 2011 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Hola mis queridos Compatriotas! Por hoy, concluyeron los primeros exámenes... Mañana continuaremos muy temprano. Esperemos con la Fé en Dios!

⁵⁹ **17 Out 2011 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Hola mi mundo! Les digo que esta mañana, antes de ir a la sala de imagenología, prendí una vela a Cristo y otra a los Santos, con una Promesa!!

⁶⁰ **17 Out 2011 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Hola mundo bueno! Aquí estamos, en un día lluvioso Habanero, haciéndome todos los exámenes, con Dios por delante. Viviremos y Venceremos!

⁶¹ **31 ago 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Otra medalla para la Patria! Omar Monterola se bañó de gloria en los 200 mts! Bravo Monterola! Bravo Venezuela!

12 Jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

A Pátria amanheceu! Hoje vamos saudar nossos Atletas Olímpicos. Toda a Venezuela os admira meninada heroica! #GeraçãodeOuro⁶²

2 jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Sejam bem-vindas todas as delegações ao pré-olímpico de basquete! E sorte a nossa combatida seleção! Vamos meninos, à vitória!⁶³

O presidente venezuelano faz questão de homenagear também Estados e cidades da Venezuela, bem como comemorar datas especiais como o dia das mães, dia dos pais, dia do estudante universitário, dia das mulheres, dia do trabalhador e dia internacional da juventude. Chávez também homenageou os povos indígenas, a guarda nacional bolivariana, o povo afrodescendente, os médicos, os pescadores, o servidor público, a juventude, as brigadas infantis, as crianças, a força armada, o exército, os camponeses e os meios de comunicação comunitários, como é possível notar nos exemplos abaixo:

17 Jun 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Do meu coração de pai, meus sentimentos e melhores desejos a todos os pais venezuelanos! Parabéns Papai!!⁶⁴

13 May 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Mães, Mães, Mães, mil felicidades e todo o amor desse filho, desse companheiro! MãeSanta, que VivemosEVenceremos!⁶⁵

1 May 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Saudações Revolucionárias a todos e todas, os dignos trabalhadores da Pátria Bolivariana! Viva a Classe trabalhadora! VivaO1Maio!⁶⁶

Importante destacar a construção de um *ethos* paternalista (“do meu coração de pai”) e, também, de filho amoroso (“e todo o amor desse filho”), sobre essa construção do *ethos* afetivo, Sodré (2006) aponta para o fato de que o orador “cria os seus próprios contextos afetivos, que não passam, em última análise, de cenários estéticos oferecidos à participação coletiva.” (SODRÉ, 2006, p.165). O discurso paternalista, presente em toda a narrativa analisada de @chavezcandanga remete, ainda, ao discurso das democracias delegativas de que fala O’Donnell (1991), discurso esse que se ancora na emoção paternal de condução da nação,

⁶² 12 Jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Amaneció de Patria!! Hoy vamos a abanderar a nuestros Atletas Olímpicos. Venezuela toda les admira muchachada heroica!!#GeneraciondeORO

⁶³ 2 jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Sean bienvenidas todas las delegaciones al preolímpico de basketbol! Y suerte a nuestra combativa selección! Vamos muchachos, a la victoria!

⁶⁴ 17 Jun 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Desde mi corazón de padre, vayan mis sentimientos y mejores deseos a todos los padres venezolanos! Felicidades Papá!!

⁶⁵ 13 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Madres, Madres, Madres, mil felicidades y todo el amor de este hijo, de este compañero! MadreSanta, Maisanta que ViviremosYVenceremos!

⁶⁶ 1 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Vaya mi emocionado saludo Revolucionario a todos y todas los dignos trabajadores de la Patria Bolivariana! Viva la Clase Obrera! VivaEl1Mayo!

de pai do povo e da pátria – o que, para muitos estudiosos, como visto anteriormente, confunde-se com um discurso populista ou, ainda, neopopulista.

O Twitter, para Chávez, é utilizado também como instrumento de exercício da diplomacia presidencial. Nesse sentido ele busca reforçar os laços, principalmente, com Cuba – em especial com Fidel Castro –, Brasil, Argentina e Colômbia. O ex-presidente do Brasil, Lula, é por vezes citado pelo mandatário venezuelano, bem como a atual presidente do Brasil, Dilma Rousseff e a atual presidente da Argentina, Cristina Kirchner, com quem Chávez frequentemente troca mensagens pelo Twitter (Cristina Kirchner também utiliza o microblog com o perfil @CFKArgentina). Abaixo seguem alguns exemplos:

8 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga**

Há pouco conversei com nossa Companheira, Presidenta Dilma... E com os companheiros Presidentes Putin, Luckashenko, Evo e Rafael Correa!!!⁶⁷

8 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga**

Agora mesmo vou falar com nosso irmão Lula!!⁶⁸

27 Abr 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga**

@CFKArgentina Tremenda concentração essa de Vélez, minha querida Presidenta Cristina! Abraços para você e para todo o meu amado Povo Argentino!⁶⁹

13 Mar 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga**

Viva Fidel, Guerrilheiro do Tempo, Guerrilheiro de Todos os Tempos!⁷⁰

O discurso patriótico e de exaltação ao povo venezuelano, típicos do governo chavista, é nitidamente encontrado em toda a narrativa de Chávez no Twitter. Em todos os exemplos dados anteriormente, é possível notar que, por vezes Chávez contempla os venezuelanos e as conquistas e qualidades de seu país. As palavras “pátria” e “povo” são umas das mais utilizadas pelo mandatário em seu perfil no microblog.

Essa referência constante ao povo é um argumento ancorado em um forte discurso popular, mas a definição de “povo” é contraditória na literatura política, há inúmeras ambiguidades no que vem a ser definido como “povo”, por exemplo: pode se referir a classes sociais mais baixas, a nação como um todo ou um subconjunto da população que é oposto a

⁶⁷ 8 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Hace rato conversé con nuestra Compañera Presidenta Dilma... Y con los Compañeros Presidentes Putin, Luckashenko, Evo y Rafael Correa!!!

⁶⁸ 8 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Ahora mismo voy a hablar con nuestro hermano Lula!!

⁶⁹ 27 Abr 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga**
@CFKArgentina !Tremenda concentración esa de Vélez, mi querida Presidenta Cristina! Abrazos para tí y para todo mi amado Pueblo Argentino!

⁷⁰ 13 Mar 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Viva Fidel, Guerrillero del Tiempo, Guerrillero de Todos los Tiempos!

uma camada mais privilegiada (THIOLLENT, 1986). O argumento de Thiollent (1986) esclarece que “povo” é um conceito construído e delimitado pelas instituições políticas no discurso, portanto,

[...] a aparente ‘referência’ ao povo não pode ser interpretada como referência efetiva. A palavra ‘povo’ não se refere a uma entidade concreta, sem interferência de valores ou de intenções políticas. A ‘referência’ ao povo faz parte de um procedimento argumentativo de tipo apelativo emocional. (THIOLLENT, 1986).

Na análise realizada durante o corpus delimitado foi possível perceber que o slogan ou frase de efeito que foi mais utilizada na narrativa de Chávez no Twitter é “Viveremos e Venceremos”, que foi uma substituição da expressão “Pátria, socialismo ou morte”, frase que melhor caracterizou o discurso do mandatário ao longo dos anos no poder. Segundo Maya (2011), essa mudança foi sugestão de Chávez em meados de julho de 2011, quando ele foi diagnosticado com o câncer. “Viveremos e Venceremos”, como visto, pode ser encontrada em vários tweets do mandatário.

4.2.2 A Batalha em duas frentes: A Batalha de Carabobo e a Batalha de Ideias

Chávez apropria-se do Twitter como mais um espaço ou lugar de luta a favor de sua ideologia socialista e contra os valores do capitalismo. O microblog, para o mandatário, portanto, é uma trincheira de batalha na qual se dá a “outra guerra”, a guerra de ideias – tal guerra, segundo Chávez, é uma guerra sem violência.

Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998) ao tentarem definir o conceito de “guerra”, admitem que há contradições e limitações na conceituação do termo, principalmente ao que se refere à contraposição das lutas atuais à violência ou “força armada”:

A tradição doutrinária tem insistido muito sobre o fato de que a violência se expressa na Guerra por meio da "força armada". Isto reduziu bastante os casos que podemos configurar como Guerra; mas, mesmo assim, se se ganhou em matéria de precisão, perdeu-se um pouco o contato com a realidade do nosso tempo. (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1998, p. 571).

Para o autor, hoje em dia a “força” não se expressa mais em termos de armamentos pesados e concepções militares, mas sim, em termos econômicos, psicológicos, políticos e de outros tipos, como é o caso da proposta de guerra que Chávez anuncia ao ingressar no Twitter.

Essa guerra proposta por Hugo Chávez possui dois sentidos: o primeiro diz respeito à batalha eleitoral, ou seja, à campanha propriamente dita – tal campanha foi intitulada de “A Batalha de Carabobo” pelo governo chavista – e tem início em julho de 2012 (quando dado início à campanha eleitoral oficial na Venezuela) e tem fim em outubro de 2012 (mês em que ocorrem as eleições presidenciais). A campanha recebeu o nome de “Batalha de Carabobo” em homenagem à batalha liderada por Símón Bolívar em Carabobo, na Venezuela, em 1821. Tal batalha é considerada pelos historiadores como decisiva para a independência do país (FERNANDES, 2012); O segundo sentido diz respeito à batalha ideológica, ou a “Batalha das Ideias”, que torna público seu maior projeto de governo – o socialismo do século XXI – e que perpassa todo o período analisado.

Para Miguel (2000), *política* é jogo, luta, e, principalmente, disputa pelo poder. Essa disputa se dá no e por meio do *discurso*:

[...] os discurso políticos – pronunciamentos de lideranças ou slogans de manifestações de rua, plataformas partidárias ou pichações em muros – veiculam os projetos dos diferentes grupos, antecipam cenários e, mais do que isso, encerram em si mesmos boa parte da luta política. (MIGUEL, 2000, p. 59).

O autor busca nas discussões de Hannah Arendt a definição do discurso político sem violência ou o discurso de ideias. Miguel (2000) discorda de Arendt quando essa diz que a violência seria o extremo do discurso, quando não há mais existência das palavras, ou seja, a violência é muda. Para o autor, embora a violência seja de fato muda, ela necessita de um discurso anterior que a justifique, portanto, necessita da disputa dialógica, do embate e do jogo político. Arendt, segundo Miguel (2000), se atém ao *debate* político, mas a política é, além disso, luta – cujo objetivo é a destruição do inimigo; e jogo – com o objetivo de derrotar o adversário. Ao debate cabe o convencimento do outro e também da plateia. “A rigor, o discurso permeia toda a atividade política, mesmo aquela que adquire as características de luta ou jogo.” (MIGUEL, 2000, p. 60).

Chávez destaca no Twitter a importância do microblog como um lugar de batalha, embate e luta, parabenizando pela conquista de seguidores e agradecendo o apoio dos que ele chama de “candangueiros” (seus seguidores no microblog). Para o mandatário, seu perfil no microblog é uma “maravilhosa criação coletiva”:

3 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

A meus três milhões e meio de seguidores, muitíssimo obrigado! Sigamos adiante! Viva a Pátria!⁷¹

28 May 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

@nataliaval7 Epa minha querida Natália! Você se converteu na seguidora nro. 3 milhões de ChávezCandanga! Te agradeço e felicito!⁷²

28 May 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Aos 3 milhões de Candangueiros e Candangueiras, meu especial agradecimento! E sigamos travando, também por aqui, a batalha das ideias!⁷³

28 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Essa batalha, a das ideias, é a maior transcendência para a Pátria e para a Revolução! Sigamos Candangueando!⁷⁴

28 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

ChávezCandanga tem sido uma maravilhosa criação coletiva! Desde o meu velho quartel até a Uds. celebrando nosso segundo aniversário!!⁷⁵

É importante destacar, também, como Chávez utiliza as ferramentas do Twitter enquanto meio de comunicação, como, por exemplo, os retweets – tweets que foram postados por outros usuários – que podem ser considerados como militantes – e que são repostados por Chávez:

25 Jul 2012 Unidos con Venezuela⁷⁶ @UnidosConVzla

Nós, os filhos da pátria de Bolívar, estamos prontos para servir a causa humana! Pronto para construir um mundo multipolar e multicêntrico! Retweetado por Hugo Chávez Frías⁷⁷

25 Jul 2012 Unidos con Venezuela @UnidosConVzla

Obrigado irmãos e irmãs ao redor do mundo, por tanta solidariedade e amor para o povo da Venezuela e a Revolução Bolivariana! Retweetado por Hugo Chávez Frías⁷⁸

⁷¹ **3 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** A mis tres millones y medio de seguidores, muchísimas gracias! Sigamos adelante! Viva La Patria!

⁷² **28 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga @nataliaval7** Epa mi querida Natalia! Te has convertido en la seguidora nro. 3 millones de ChávezCandanga! Gracias te doy y felicitaciones!

⁷³ **28 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** A los 3 millones de Candangueros y Candangueras, vaya mi especial agradecimiento! Y sigamos dando, también por aquí, la batalla de las ideas!

⁷⁴ **28 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Esta batalla, la de las ideas, es la de mayor transcendencia para la Patria y la Revolución! Sigamos Candangueando!

⁷⁵ **28 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** ChávezCandanga ha sido una maravillosa creación colectiva! Desde mi Viejo Cuartel, vuelo hacia Uds. celebrando nuestro segundo aniversario!!

⁷⁶ “Unidos con Venezuela” ou Povos do Mundo Unidos Pela Venezuela é um grupo de partidos políticos, organizações, movimentos sociais e indivíduos que apoiam a Revolução Bolivariana.

⁷⁷ **25 Jul 2012 Unidos con Venezuela @UnidosConVzla** Nous, enfants de la Patrie de Bolivar, sommes prêts à servir la cause humaine! Prêts à construire un monde multicentré et pluripolaire! Retweetado por Hugo Chávez Frías

E os replies – conversas diretas de Chávez com outros usuários:

22 Fev 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

@Mila_Silva04: Mila: é mais que amor, Paixão! Um eterno amor!⁷⁹

22 Fev 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

@ruma22: Se Deus é por nós, quem será contra nós? Abraços RUMA! Viva Yaracuy!⁸⁰

22 Fev 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

@chavistadecoraz: Todo meu amor para Uds. Te prometo que lutarei sem trégua pela vida. Viverei... Viviremos! E Venceremos!⁸¹

Essa utilização das ferramentas do microblog conduz à ideia de que o mandatário obtém conhecimento sobre sua plataforma de discurso – o Twitter – e a utiliza da melhor maneira possível em benefício de seu jogo político. Além disso, retoma a estratégia utilizada pelo governo chavista no início do ano de 2010 de mobilizar a militância e a população venezuelana a participar da trincheira de luta online no Twitter, já que, ao responder e reproduzir mensagens de outros usuários, o mandatário aproxima, a seu favor, a militância do jogo político estabelecido.

Por outro lado, cabe mencionar que Hugo Chávez possui 3.586.741 seguidores, o que o configura como o segundo presidente mais seguido no Twitter, mas o perfil do mandatário segue apenas outros 23 usuários, dentre esses usuários que são seguidos por Chávez estão: a filha do mandatário, Maria Gabriela Chávez, a presidente do Brasil, Dilma Rousseff, a presidente da Argentina, Cristina Kirchner e militantes do PSUV. Esse dado remete à questão da baixa reciprocidade que Chávez delimita no seu perfil no microblog, ao mesmo tempo em que reserva uma parte considerável de mensagens para responder a alguns usuários, se limita a não manter uma relação recíproca entre “seguido” e “seguidores”. Tal inferência demonstra um caráter unilateral do discurso, ou seja, não há um espaço de diálogo – entendido como a relação entre o que é seguido e os que o seguem –, mas sim uma conversa informal que pode ocorrer apenas quando o presidente julga necessário.

⁷⁸ 25 Jul 2012 Unidos con Venezuela @UnidosConVzla Merci aux frères et soeurs du monde entier pour tant de solidarité et d'amour envers le peuple vénézuélien et la Révolution Bolivarienne! Retweetado por Hugo Chávez Frías

⁷⁹ 22 Fev 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga @Mila_Silva04. Mila: es mas que amor, Frenesí! Un eterno Amor!

⁸⁰ 22 Fev 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga @ruma22. Dios con Nosotros. Quién contra nosotros? Abrazos RUMA! Viva Yaracuy!

⁸¹ 22 Fev 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga @chavistadecoraz. Todo mi amor para Uds. Te prometo que lucharé sin tregua por la vida. Viviré... Viviremos! Y Venceremos!

A narrativa de Chávez no Twitter, na Batalha de Carabobo, após o anúncio da oficialização da campanha, em 01 de julho de 2012, foi marcada por um forte discurso eleitoral com uma expressiva mobilização do eleitorado. É possível perceber que a palavra “batalha” é dita por diversas vezes durante a narrativa:

7 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

Bendito seja, 7 de Outubro! Escreveremos outra página histórica em suas horas!!⁸²

7 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

Bom dia, Mundo Bom! Começou a Batalha! Vamos com Deus e com a Virgem do Rosário!⁸³

3 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

E amanhã quinta-feira 4 de outubro, a Avalanche Patrióticas chega a Caracas! Rumo a Grande Vitória de domingo 7! Vamos Venezuela!⁸⁴

7 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

Olá Mundo alegre! Foi ótima a reunião da maquinaria Pátria! Vamos, à Campanha Perfeita, à Batalha Perfeita, à Vitória Perfeita!⁸⁵

2 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

Agora temos que avaliar com muito rigor os detalhes e possíveis falhas, para continuar fortalecendo nossa Revolução! Venceremos!⁸⁶

12 Jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

Vejam esse vídeo!! Chávez é um povo!! Chávez somos milhões!! Você também é Chávez!! <http://bit.ly/CHPueblo>⁸⁷

1 Jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcadanga

Chegou Júlio! Povo nas ruas! Meu povo, à Batalha de Carabobo! Meu Deus, nos dê saúde e vida pra conduzir esse Povo à Vitória!⁸⁸

Nota-se, também, que há um inimigo explícito nessa Batalha de Carabobo, que é o que Chávez chama de “campo político opositor” – que tem como principal sujeito Henrique Capriles. Hugo Chávez preferiu omitir o nome de Capriles durante a campanha e se dirigia ao opositor como “majunche”, que, no linguajar popular venezuelano, significa pessoa inferior ou “perdedor”, e como “adeco”, que é o nome dado aos militantes do partido Ação

⁸² 7 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Bendito seas, 7 de Octubre! Escribiremos otra página histórica sobre tus horas!!

⁸³ 7 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Buen día, Mundo Bueno! Comenzó la Batalla! Vamos con Dios y con la Virgen del Rosario!

⁸⁴ 3 out 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Y mañana Jueves 4 de Octubre, la Avalanche Patriótica llega a Caracas! Rumbo a la Gran Victoria del domingo 7! Vamos Venezuela!

⁸⁵ 7 set 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Hola Mundo alegre! Fue tremenda la reunión de la maquinaria Patria!Vamos,a la Campaña Perfecta,a la Batalla Perfecta,a la Victoria Perfecta!

⁸⁶ 2 set 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Ahora nos toca evaluar con mucho rigor los detalles y posibles fallas, para continuar fortaleciendo nuestra Revolución! Venceremos!

⁸⁷ 12 Jul 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Miren este video!! Chávez es un Pueblo!! Chávez somos millones!! Tú también eres Chávez!! <http://bit.ly/CHPueblo>

⁸⁸ 1 Jul 2012 **Hugo Chávez Frías @chavezcadanga** Llegó Julio! Pueblo, a la calle! Pueblo mío, a la Batalla de Carabobo!Dios mío, danos salud y vida para conducir a este Pueblo a laVictoria!

Democrática (AD). Chávez, no microblog, fez questão de enfatizar que seu adversário “não serve” e que está fadado ao “desastre”:

8 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Sigo acompanhando o campo político opositor. De verdade, espero que depois de seu desastre em 7-Out, surja um novo mapa na direita política!⁸⁹

7 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Depois do desastre que vem sobre a oposição, espero que surja de lá um verdadeiro líder Político. Esperamos isso!⁹⁰

20 Jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Agora os adecos me pedem que me separe da Presidência! O que evidencia seu desespero porque o candidato *adeco não serve! Adeco é adeco!* (grifo nosso)⁹¹

Esta tática de não mencionar o nome de Capriles advém de uma importante estratégia eleitoral de diminuir ou apagar a imagem do adversário. O único momento em que Chávez cita o nome de Henrique Capriles já consta no período em que os resultados da eleição já tinham sido divulgados. O mandatário agradeceu os votos recebidos, o apoio da população e de “patrulheiras e patrulheiros, comandos e movimentos” e anunciou que tinha tido uma “agradável conversa telefônica com Henrique Capriles”. Nesse momento, Capriles deixa de ser um inimigo que causa reais ameaças e passa a ser um derrotado. Abaixo seguem exemplos de tweets postados por Chávez após a divulgação dos resultados da eleição de outubro de 2012:

8 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Não me canso de agradecer a todos e a todas que possibilitaram essa grande Vitória! Patrulheiras e Patrulheiros, Comandos e Movimentos!!!⁹²

8 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Acreditem em mim: tive uma agradável conversa telefônica com Henrique Capriles! Convidado pela Unidade Nacional, respeitando nossas diferenças!⁹³

7 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Obrigado a meu amado Povo!!! Viva Venezuela!!! Viva Bolívar!!!!⁹⁴

⁸⁹ **8 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Sigo mirando el campo político opositor. De verdad, espero que después de su desastre el 7-Oct, surja un nuevo mapa en la derecha política!

⁹⁰ **7 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Después del desastre que se le viene encima a la oposición el 7-O, ojalá que surja de su seno un verdadero liderazgo Político. Esperamos eso!

⁹¹ **20 Jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Ahora los adecos me piden que me separe de la Presidencia! Lo que evidencia su desespero porque el candidato adeco no sirve! Adeco es adeco!

⁹² **20 Jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** No me cansaré de felicitar a todos y todas quienes hicieron posible esta gran Victoria! Patrulleras y Patrulleros, Comandos y Movimientos!!!

⁹³ **8 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Créanmelo: he sostenido una amena conversación telefónica con Henrique Capriles! Invito a la Unidad Nacional, respetando nuestras diferencias!

⁹⁴ **7 out 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Gracias a mi amado Pueblo!!! Viva Venezuela!!!! Viva Bolívar!!!!

É possível perceber que a Batalha de Carabobo enfrentada por Chávez em 2012 se ancorou no ideal da Batalha de Carabobo enfrentada por Simón Bolívar em 1821. A batalha de Bolívar pela libertação das colônias espanholas serve de símbolo para a conquista da liberdade em relação ao campo opositor chavista em 2012, conquista essa encabeçada e comandada por Hugo Chávez, que se espelha em Bolívar e toma para si a responsabilidade de guiar a pátria e o povo à “glória” e à “vitória perfeita”.

Em todo o período analisado, entre outubro de 2011 e outubro de 2012, foi possível perceber por uma análise quantitativa que o momento em que Chávez mais cita o nome de Simón Bolívar – citado 17 vezes - é no período oficial da campanha eleitoral, de julho de 2012 a outubro de 2012, o que fica evidente a ideia de que o mandatário se ancora em um mito fundador para creditar sua capacidade em conduzir a nova Batalha de Carabobo. Sobre esse mito fundador, Chauí (2001) esclarece:

O mito fundador oferece um repertório inicial de representações da realidade e, em cada momento da formação histórica, esses elementos são reorganizados tanto do ponto de vista de sua hierarquia interna (isto é, qual o elemento principal que comanda os outros) como da ampliação de seu sentido (isto é, novos elementos vêm se acrescentar ao significado primitivo). (CHAUI, 2001, p. 10)

Na Batalha das Ideias, a ideologia socialista e seu projeto de governo revolucionário foram as armas utilizadas pelo mandatário contra a ideologia capitalista e oposicionista. O perfil de @chavezcandaga proporcionou aos seus seguidores a propagação de uma ideologia marcada por uma “onda vermelha”. Um dos motivos do *layout* do perfil de Chávez (Figura 2) no microblog ser predominantemente vermelho é para simbolizar essa ideologia.

O símbolo do Twitter, um pássaro azul – cor que também simboliza os partidos de oposição à Chávez – foi, propositalmente, substituído por um pássaro vermelho que utiliza uma boina característica das vestimentas de Hugo Chávez no início do governo chavista (Figura 4). A imagem do pássaro vermelho (Figura 3) foi divulgada em reportagens sobre o microblog do mandatário.

Figura 4 - Pássaro vermelho

Fonte: CHAVEZCANDANGA..., 2012

Figura 5 - Presidente Hugo Chávez

Fonte: CHÁVEZ ENCABEZA..., 2007

Segundo Marcano e Tyszka (2006), o traje utilizado por Chávez no início do mandato – a boina vermelha e a vestimenta militar, característicos de um revolucionário bolivariano – foi, aos poucos, sendo substituído, por ideia do próprio mandatário, por trajes mais sociais que transmitiam um tom menos agressivo ao presidente. Mas, recorrentemente, Chávez volta a utilizar o traje militar em ocasiões específicas, como por exemplo, na campanha eleitoral de 2012. O simbologismo da boina e da vestimenta militarista ainda é forte no governo chavista e está presente no perfil do Twitter de Chávez.

Essa batalha online é marcada por uma narrativa que exalta o socialismo como única solução para a Venezuela bolivariana e revolucionária. Para se defender nessa batalha, Chávez exalta pontos que julga positivos no seu projeto de governo, a exemplo das Missões, dos subsídios para políticas públicas e a justiça social que tal projeto proporciona, como é possível perceber nos exemplos abaixo:

22 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Bravo pelas Missões!! Obrigado por tanto amor!! Vocês são o Novo da Pátria!! Obrigado irmãos e irmãs#MissõesComCHÁVEZ⁹⁵

8 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Continuo informando: aprovei a incorporação de 160.000 novas famílias à GMFilhosdaVenezuela. É Justiça Social! Só na Revolução!⁹⁶

21 Jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

“BairroTricolor”: sem custo algum para as famílias beneficiadas! Isso sim é o NOVO: o Socialismo!!⁹⁷

3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

O povo deve saber que só em um sistema com o Socialismo é possível fazer isso: “Para cada um de acordo com suas necessidades” ... JustiçaSocial!⁹⁸

19 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

As Missões só são possíveis no Socialismo! Na verdade são uma grande invenção do Socialismo do século XXI.⁹⁹

19 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Só no Socialismo é possível solucionar o drama da Habitação para todo o Povo, já que os fatores de produção são de PropriedadeSocial!¹⁰⁰

10 Mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Isso é o socialismo: alimentos baratos, equipes domésticos, para ViverVivendo! Vivam as feiras de alimentação! Viveremos e Venceremos!¹⁰¹

10 Mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Alimentos para o povo! Casa bem equipada para as famílias Venezuelanas! Isso me faz muito feliz! Bem aventurados os povos!¹⁰²

Importante retomar aqui a ideia de que o “Primeiro Plano Socialista da Nação” (PPSN), documento no qual estava estabelecido o plano econômico do governo Chávez dos anos 2007 a 2013, decretou o capitalismo como prática ilegítima na Venezuela, e visto como a

⁹⁵ 22 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Bravo por las Misiones!! Gracias por tanto amor!!

Ustedes son lo Nuevo de la Patria!! Gracias hermanos y hermanas#MisionesConCHAVEZ

⁹⁶ 8 set 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Sigo informando: he aprobado la incorporación de 160.000 nuevas familias a la GMHijosdeVenezuela. Es Justicia Social! Sólo en Revolución!

⁹⁷ 21 Jul 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga "BarrioTricolor": sin costo alguno para las familias beneficiadas! Esto sí es lo NUEVO: el Socialismo!!

⁹⁸ 3 Mai 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga El pueblo debe saber que sólo en un sistema como el Socialismo es posible hacer esto:"A cada quien según sus necesidades"... JusticiaSocial!

⁹⁹ 19 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Las Misiones sólo son posibles en el Socialismo! En verdad son un gran invento del Socialismo del siglo XXI.

¹⁰⁰ 19 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Sólo enSocialismo es posible solucionar el drama de laVivienda para todo elPueblo, ya que los factores de producción son dePropiedadSocial!

¹⁰¹ 10 Mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Eso es el socialismo: alimentos baratos, equipos para el hogar, para VivirViviendo! Vivan las ferias de alimentación! ViviremosyVenceremos!

¹⁰² 10 Mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Alimentos para el pueblo! Casa bien equipada para las familias Venezolanas! Eso me hace muy feliz! Bienaventurados los pueblos

representação do mal absoluto. O novo programa do governo para a gestão bolivariana, que vigorará entre 2013 e 2019, retoma esse primeiro plano socialista e aprofunda alguns pontos importantes, um dos principais objetivos desse novo “Programa de la Patria” ou “Segundo Plano Socialista” é:

Continuar construindo o socialismo bolivariano do século XXI na Venezuela como *alternativa ao sistema destrutivo e selvagem do capitalismo*, e com isso assegurar uma quantidade maior de “segurança social, estabilidade política e felicidade.”¹⁰³ (PROPUESTA DEL..., 2012, grifo nosso).

Essa distinção entre Chávez e seus adversários pode ser considerada um embate político entre “amigos” e “inimigos”. Ferreira (2004) baseou-se nos estudos de Carl Schmitt para caracterizar esse embate. O autor diz que, para Schmitt, a política é um terreno no qual prevalece essa distinção clara entre os adversários. Ferreira (2004) atenta para o fato de que em todo pensamento político há uma fala *situada*, ou seja, de alguém contra outrem. Deve-se fazer as seguintes perguntas ao sujeito do discursos, no caso Chávez: “de onde ele fala? ‘contra quem ele fala?’, ‘qual é o agrupamento amigo-inimigo a que a sua reflexão em última análise se refere?’ ‘quem é o seu inimigo?’” (FERREIRA, 2004, p. 39).

Importa destacar que, para Ferreira (2004), o antagonismo amigo-inimigo é de caráter público, ou seja, são coletividades que se contrapõem e não indivíduos privados. O inimigo político é um inimigo público. Mas nem todo embate é uma luta política. Para o autor, o que leva o embate ao nível de luta política é a possibilidade limite da “guerra” – aqui compreendida como violência; aniquilação do inimigo –, ou seja, “o outro se torna o meu inimigo quando aquilo que ele é representa para mim a negação daquilo que eu sou, daí a possibilidade de combatê-lo para preservação da minha própria forma de existência.” (FERREIRA, 2004, p. 42).

Ao destacar as qualidades negativas do inimigo, Chávez delimita o lugar de onde ele fala, contra quem ele fala e quem é o seu inimigo. Fica explícito na narrativa de Chávez, tanto na Batalha de Carabobo, quanto na Batalha de Ideias, que há inimigos explícitos. No caso da Batalha de Carabobo, Henrique Capriles e o campo opositor, e no caso da Batalha das Ideias, o capitalismo.

¹⁰³ Continuar construyendo el socialismo bolivariano del siglo xxi, en venezuela, como alternativa al sistema destructivo y salvaje del capitalismo, y con ello asegurar la “mayor suma de seguridad social, mayor suma de estabilidad política y la mayor suma de felicidad”.

A matéria do jornal El Nacional de 26 de setembro de 2012, intitulada “Hugo Chávez: Capriles es un analfabeta político”, que traz um dos discursos de Chávez no período da campanha eleitoral, colabora para o entendimento do embate discursivo que Chávez cria em torno de si e de Henrique Capriles, delimitando posições entre o candidato adversário e ele próprio:

Somos obrigados a ganhar e muito bem. Venho falando da batalha perfeita e da vitória perfeita que devem ocorrer de maneira esmagadora. O candidato *adeco*, *COPEIano*, *burguês*, *do império*, *do Pacto de Punto Fijo*, *dos ricos e dos grandes corruptos é inferior*. E o candidato do povo, *da pátria*, *da esperança*, *das crianças*, *da juventude*, *dos estudantes*, *das mulheres*, *dos homens e dos trabalhadores é Chávez*. (AGUILERA G., 2012, tradução nossa, grifo nosso)¹⁰⁴.

Ainda para Ferreira (2004), os “inimigos”, no caso os inimigos de Chávez, não assumem tal papel apenas por sua condição moral ou costumes, mas sim porque apresentam uma ameaça à forma de vida chavista. A inimizade é determinada, portanto, por um juízo subjetivo que diz respeito ao que “se imagina ser central na existência do outro, e que o outro parece negar.” (FERREIRA, 2004, p. 43).

É possível notar a presença de tal posição do autor nas narrativas ofensivas de Chávez, os ataques são feitos ao capitalismo, à burguesia, aos “vendidos” e aos “traidores”:

28 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Informando: e sabem de onde tirei os recursos para esse pagamento de prestações? Dos lucros da CANTV! No capitalismo

23 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Que alguém pergunte aos porta-vozes da burguesia sobre a Missão Mercal, para que veja o cúmulo do cinismo em sua resposta!¹⁰⁵

20 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Isso é essencial para a transição e construção do Socialismo: que não exista na Venezuela a pobreza! O capitalismo é fábrica de pobreza!¹⁰⁶

17 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Assim que se fala meus camaradas campesinos e pescadores. Isso é: que a burguesia não volte a se estranhar conosco! Adiante Venezuela!¹⁰⁷

¹⁰⁴ Estamos obligados a ganar y muy bien. He venido hablando de la batalla perfecta y de la victoria perfecta que debe ser de manera aplastante. El candidato adeco, copeyano, burgués, del imperio, del Pacto de Punto Fijo, de los ricachones y de los grandes corruptos es el majunche. Y el candidato del pueblo, de la patria, de la esperanza, de los niños, de la juventud, de los estudiantes, de las mujeres, de los hombres y de los trabajadores es Chávez.

¹⁰⁵ **23 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Que alguien le pregunte a los voceros de la burguesía qué opinan de la Misión Mercal, para que vean el colmo del cinismo en su respuesta!

¹⁰⁶ **20 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Esto es esencial en la transición y construcción del Socialismo: que no exista en Venezuela la pobreza! El capitalismo es fábrica de pobreza!

¹⁰⁷ **17 Abr 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga** Así es que se habla mis camaradas campesinos y pescadores. Eso es: que la burguesía no se vuelva a equivocar con nosotros! Pa, lante Venezuela!

23 Mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Essa é a melhor resposta aos traidores e aos “vendidos da pátria”: o povo na rua, fortalecendo a ofensiva revolucionária e socialista!¹⁰⁸

1 Mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga

Devemos seguir avançando sem trégua na batalha contra a pobreza, perversa heresia do Capitalismo.¹⁰⁹

Ferreira (2004) defende que o pensamento político não apenas se dirige a um adversário, mas, e principalmente, é construído a partir dele. Hugo Chávez, ao atacar o outro – Capriles e o capitalismo – delimita inimizades claras e, ao mesmo tempo, constitui e define a sua própria imagem em relação ao outro.

Para Ferreira (2004), as perguntas: “‘quem são eles?’, ‘eles representam uma ameaça afetiva para mim?’” (FERREIRA, 2004, p. 44), conduzem a uma última indagação “quem eu sou?”. O conhecimento de si, se da, portanto, no conflito e na designação do inimigo.

Capriles é delimitado por Chávez como de baixa qualidade, burguês, inferior, um opositor desesperado e, o capitalismo é fábrica de pobreza, cínico, que pronuncia heresias, incapaz, desastroso. Ao mesmo tempo, o presidente venezuelano se auto-denomina o contrário de seus inimigos: guardião da pátria, homem do povo, socialista, revolucionário, mantenedor da justiça, e o mais capacitado a implantar o que, segundo ele, é melhor projeto de governo existe – o socialismo do século XXI.

Essa construção da imagem de si como condutor da Venezuela a melhores caminhos remete, ainda, à questão da imagem messiânica de Hugo Chávez. Simón Bolívar, ansiado pelo povo venezuelano como o salvador, o grande messias, é substituído pela figura de Chávez nos tempos modernos. A crença do “retorno do messias” é, portanto, agregada à figura de Hugo Chávez, e este a aceita e a reforça, instaurando seu projeto revolucionário de governo e sua ideologia.

¹⁰⁸ 23 Mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Esa es la mejor respuesta a los traidores y a los vendepatria: el pueblo en la calle, arreciando la ofensiva revolucionaria y socialista!

¹⁰⁹ 1 Mar 2012 Hugo Chávez Frías @chavezcandanga Debemos seguir avanzando sin tregua en la batalla contra la pobreza, perversa herencia del Capitalismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta investigação teve como ponto de partida a seguinte questão: como Hugo Chávez se apropriou do Twitter como trincheira de luta e embate político?

Hugo Chávez, em pronunciamento no dia 30 de abril de 2010, feita em um encontro no Teatro Teresa Carreno em Caracas, mostrou para a plateia seu aparelho BlackBerry e disse que o utilizava constantemente. Negou, ainda, que o aparelho é uma arma capitalista, valendo-se da ideia de que depende dos objetivos de quem o utiliza. Esse fato é de suma importância para a credibilidade das mensagens postadas no perfil de @chavezcandanga, já que a maioria dos tweets, como visto na pesquisa, foram feitos via BlackBerry. Essa credibilidade evidencia que o presidente pode ser o responsável pelo discurso no microblog.

Além disso, Chávez possui uma habilidade de utilização das ferramentas do microblog que são imprescindíveis para que a trincheira de luta se estabelecesse, já que o conhecimento sobre a lógica de funcionamento do Twitter contribui para o estabelecimento de um discurso mais próximo dos usuários: por vezes o mandatário retweeta mensagens de outros usuários, bem como responde a outros tweets.

De início, cabe salientar, como visto ao longo da pesquisa, que a luta travada por Hugo Chávez no período analisado consistiu, na verdade, em duas batalhas diferentes: A *Batalha de Carabobo*, circunscrita, especificamente, ao período oficial de campanha eleitoral, e a *Batalha das Ideias*, que perpassou todo o período analisado e dizia respeito à divulgação de seu projeto socialista de governo. Vale salientar que a palavra escolhida para compor o nome escolhido do perfil de Chávez no Twitter, *Candanga*, que pode significar tanto diabo, bem como caracterizar uma pessoa de pulso forte, já é expressiva de como o mandatário utilizaria o microblog: o termo “diabo” remete à palavra “inimigo”, termo que foi de suma importância para o entendimento das duas batalhas travadas por Chávez no Twitter.

Na *Batalha de Carabobo*, compreendida entre julho de 2012 e outubro de 2012, o inimigo é o “campo político opositor” – expressão adotada por Chávez – identificado, principalmente, por Henrique Capriles. As táticas discursivas de Chávez foi a de não mencionar o nome de Capriles durante a campanha, e buscar desqualificá-lo apresentando-o como candidato inferior e um opositor desesperado. Assim, além de revelar a negação e a aversão ao inimigo, recorreu a uma estratégia eleitoral importante, qual seja àquela que visa diminuir ou apagar a imagem do adversário.

Já na *Batalha das Ideias*, identificada durante todo o *corpus* analisado, ou seja, entre outubro de 2011 e outubro de 2012, o inimigo eleito foi o capitalismo que foi, por sua vez,

citado várias vezes ao longo da narrativa analisada. Isso se deveu ao fato de que, para que Chávez conseguisse divulgar o seu projeto do socialismo do século XXI e enaltece-lo, precisou reforçar a ideia de que o capitalismo se apresentava como seu oposto: máquina de pobreza e um projeto desastroso. A identificação do inimigo fez com que Chávez construísse a narrativa sobre si mesmo, ou seja, o conhecimento sobre o chavismo e o projeto do socialismo do século XXI, se deu, portanto, no conflito e na designação do inimigo.

Hugo Chávez, por diversas vezes, reforça o *pathos* (a emoção do discurso) ao professar um discurso religioso e cristão, principalmente em momentos nos quais tratava sobre sua doença, um câncer diagnosticado em julho de 2011. A imagem de **pai do povo** e da **pátria**, e a ancoragem em um discurso histórico – que relembra recorrentemente suas conquistas e sua trajetória – também é um apelo do *ethos* às emoções do discurso como tática de batalha na trincheira de luta criada pelo mandatário, daí o reaparecimento de críticas referentes ao discurso populista ou neo-populista de Chávez, que, como visto ao longo da pesquisa se caracteriza mais como um discurso de uma democracia delegativa. (O'DONNELL, 1991).

Importante destacar que Chávez, que é acostumado, desde o início de seu governo em 1999, a pronunciar discursos longos que chegam a durar até sete horas em seu programa televisivo *Alô, Presidente*, transfere para Twitter, em mensagens de no máximo 140 caracteres, o mesmo discurso patriótico, religioso, revolucionário, socialista e de exaltação ao povo venezuelano. O mandatário se ancora no imaginário social e na sua imagem política midiaticizada, construída desde 1992, quando tentou derrubar o governo do *Pacto de Punto Fijo* e passou a se destacar como uma figura messiânica na Venezuela, bem como na simbologia da imagem e das conquistas de Simón Bolívar.

A utilização do Twitter por Chávez configura-se como importante recorte de um processo cada vez mais presente na arena política: o entrelaçamento entre as novas tecnologias de informação e o uso social e político. Sem cair em uma contradição “ciberotimista” ou “cibercética”, é de suma importância que se entenda que a Internet não se configura como um artefato político, conceito de Winner (1986), mas pode vir a possuir consequências políticas de acordo com o contexto em que for utilizada (BENKLER, 2006). A proposta do presidente venezuelano de transformar o Twitter em uma trincheira de batalhas intrinsecamente políticas transmite um caráter de disputa por ideologias (o socialismo e o capitalismo; os apoiadores de seu governo e o campo político opositor) que visa um resultado político: a vitória ou a derrota de um dos lados.

Vale destacar que Chávez utiliza o microblog para fazer anúncios de importantes políticas públicas e econômicas de seu governo, e, além disso, após ser reeleito em outubro de

2012 para governar por mais seis anos (o que resultará em vinte anos no poder venezuelano), Hugo Chávez anunciou, em primeira mão no Twitter, os nomes de seis novos ministros: Cristóbal Francisco, para o Ministério dos povos indígenas, Aloha Núñez, para o Ministério de Agricultura e Terras nomeou Juan Carlos Loyo, para o gabinete do presidente e Gestão do governo, Almiranta Carmen Meléndez, para ministro de Comunicação e Informação Ernesto Villegas e para o Ministério de Relações Interiores e da Justiça, o General Néstor Reverol. Tais utilizações do microblog de cunho estritamente político reforça a ideia de que as novas tecnologias sociais podem possuir consequências ou características políticas.

Por outro lado, o Twitter, além de se configurar como um artefato político – no caso específico de Hugo Chávez –, é também um ambiente de constante visibilidade pública. Ao construir seu discurso e sua narrativa sobre si, ao mesmo tempo em que desconstrói a imagem dos inimigos, Chávez utiliza o microblog como mais um lugar de publicização de suas estratégias, táticas, projetos e imagem pessoal, reforçando seu *ethos* prévio.

Por fim, cabe dizer que tal estudo, ao pretender entender a utilização do Twitter pelo presidente venezuelano, não se limita a apenas um estudo de caso, mas sim busca compreender um processo que é mais amplo: as constantes alterações do discurso político. É válido refletir, ainda, sobre as inquietações que essa pesquisa provocou e que certamente levam a ampliação e evolução do presente estudo, tais inquietações são: 1) o Twitter de Chávez proporcionou uma guerrilha comunicacional online entre os chavistas e a oposição que pode ser importante de ser analisada; 2) o discurso do mandatário venezuelano no microblog passou a ser pauta para inúmeras matérias em importantes jornais ao redor do mundo. Tais apontamentos criam indagações sobre a importância desse ambiente para o discurso político contemporâneo.

A partir desses pontos, pode surgir uma futura investigação sobre o processo de utilização do Twitter por Hugo Chávez, presidente da Venezuela, – e o capital social intrínseco a esse processo –, desde abril de 2010 em resposta aos “ataques” da oposição, sobretudo do movimento que ficou conhecido como *freevenezuela*, bem como a circulação de informações que esse perfil desencadeou na ciberesfera.

REFERÊNCIAS

- AGUILERA G., Mariugenia. Hugo Chávez: Capriles es un analfabeto político. **El Nacional**. 26 set 2012. Disponível em: <http://www.el-nacional.com/politica/tu_decides_2012/Hugo-Chavez-Capriles-analfabeta-politico_0_52194955.html> Acesso em 10 nov 2012.
- ALMEIDA, **Candidatos no Twitter**: um olhar sobre a performance e as interações de Dilma e Serra durante a campanha eleitoral de 2010. 2012. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Belo Horizonte.
- AMOSSY, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2008
- ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico**: dilemas da subjetividade contemporânea. Trad. Paloma Vidal. Rio de Janeiro: Ed. UERJ 2010
- AZEVEDO, Cristina. Um ano governando pelo Twitter. **Clipping**: seleção de notícias. 10 mai 2012. Disponível em: <<https://conteudoclipppingmp.planejamento.gov.br/cadastros/noticias/2012/5/10/um-ano-governando-pelo-twitter/>> Acesso em 10 out 2012.
- A FORMA mais rápida e simples de ficar perto de tudo que você gosta. **Twitter**. Disponível em: <<http://twitter.com/about>> Acesso em 20 jun 2012.
- BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002. p.189-217
- BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Trad. Vera Pereira. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. Cap. 3, p. 26-30.
- BENKLER, Yochai. The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom. 2006. Disponível em: <http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf> Acesso em: 20 fev 2012
- BIOGRAFÍA. **Hay un Camino**. Disponível em: <<http://hayuncamino.com/biografia/>> Acesso em 12 jul 2012.
- BOOBIO, Noberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998, 11a. ed.
- BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**: uma defesa das regras do jogo. Tradução de Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. Cap. A democracia e o poder invisível. P. 83-106.
- CHÁVEZ blackberry. **YouTube**. 03 mai 2010. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=VmjYPvs8vIo>> Acesso em 10 nov 2012.
- CHAVEZCANDANGA. **Twitter**. Disponível em: <<http://twitter.com/chavezcandanga>> Acesso em: 01 out. 2011

CHAVEZCANDANGA revolucionó la red social Twitter. **Hugo Chávez**. 29 abr 2012. Disponível em: <<http://www.chavez.org.ve/temas/noticias/chavezcandanga-revoluciono-red-social-twitter/>> Acesso em 14 mai 2012.

CHÁVEZ convida Evo Morales e Fidel para entrarem no Twitter. **Portal Terra**. 30 abr 2010. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/mundo/noticias/0,,OI4408009-EI8140,00-Chavez+convida+Evo+Morales+e+Fidel+para+entrarem+no+Twitter.html>> Acesso em 10 nov. 2012.

CHÁVEZ contrarresta críticas em Internet. 23 mar. 2010. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=uY_Nt9uJqOk&feature=related> Acesso em Jan 2011.

CHÁVEZ, corazón de mi pátria. **Hugo Chávez**. Disponível em: <www.chavez.org.ve>. Acesso em 03 dez 2011.

CHÁVEZ encabeza el desfile conmemorativo de su intentona golpista de 1992. *El Mundo*, 05 fev. 2007. Disponível em: <<http://www.elmundo.es/elmundo/2007/02/04/internacional/1170617752.html>> Acesso em 01 out 2012.

CHÁVEZ exige regular el internet y TV por Suscripcion. **Venezuela Noticias**, mar. 2010. Disponível em <<http://chavez-noticias.blogspot.com/2010/03/chavez-exige-regular-el-internet-y-tv.html>> Acesso em: 26 nov. 2011

CHAVEZ mantiene silencio en Venezuela tras fin de radioterapia contra câncer. **Globovision**, 16 maio 2012. Disponível em: <<http://globovision.com/articulo/chavez-mantiene-silencio-en-venezuela-tras-fin-de-radioterapia-contra-cancer>> Acesso em 10 out 2012.

CHÁVEZ retoma programa 'Alô Presidente' após sete meses afastado. **UOL Notícias**, 08 jan. 2012. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2012/01/08/chavez-retoma-programa-alo-presidente-apos-sete-meses-afastado.htm>> Acesso em 20 jun 2012

CHAVEZ rompe semana de silêncio. **G1**, 07 maio 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2012/05/chavez-rompe-semana-de-silencio.html>> Acesso em 10 out 2012.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil**: mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

CON CHÁVEZ y la revolución en Twitter. **Hugo Chávez**. 04 maio 2010. Disponível em: <http://www.chavez.org.ve/temas/noticias/chavez-revolucion-twitter/#.UL4vbIO_GSo>. Acesso em 03 dez 2011.

COURTINE, Jean-Jacques. Os deslizamentos do espetáculo político. In. GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.) **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003.

DATANÁLISIS revela que aumenta brecha electoral a favor de Chávez. **Agência Venezoelana de Notícias**, 25 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.avn.info.ve/contenido/datan%C3%A1lisis-revela-que-aumenta-brecha-favor-candidatura-ch%C3%A1vez>> Acesso em 29 jun 2012.

DIEGUEZ, Consuelo. O candidato Tococho: Lula inspira Henrique Capriles, o homem que vai enfrentar Chávez nas urnas da Venezuela. **Revista Piauí**, n.69, p. 38-47, jun.2012.

DOMINGOS, Adenil Alfeu. A arma natural da política: a palavra. In: GOULART, Jefferson O. (Org.) **Mídia e democracia**. São Paulo: Annablume, 2006.

DOYLE, David. The Legitimacy of Political Institutions: Explaining Contemporary Populism in Latin America. **Comparative Political Studies**, v.20, n.10, p.1-27, 2011.

ECO, Umberto. Entrevista Umberto Eco, por Eliseo Verón. In: **Transformações da mediatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências**. Org. FAUSTO NETO, Antônio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012. p.15-26

ELEIÇÕES na Venezuela confirmam queda política de Chávez. **Brasil Econômico**. 30 set 2010. Disponível em: <http://www.brasileconomico.com.br/noticias/eleicoes-na-venezuela-confirmam-queda-politica-de-chavez_92067.html> Acesso em 26 jun. 2012

FAUSTO NETO, Antônio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo (Org.). **Transformações da mediatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012.

FECHAMENTO da RCTV encerra guerra da mídia na Venezuela. **UOL Notícias**, 28 maio 2007. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultnot/afp/2007/05/28/ult34u181835.jhtm>> Acesso em: 26 nov. 2011

FERNANDES, Leonardo. A batalha de Carabobo. **Observatório da Imprensa**, 04 set. 2012. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed710_a_batalha_de_carabobo>. Acesso em 20 out. 2012.

FERREIRA, Bernardo. O risco do político: crítica ao liberalismo e teoria política no pensamento de Carl Schmitt. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004. Cap. 1, p. 37-78.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. Disponível em: <http://www.pontomidia.com.br/raquel/livros/metodos_de_pesquisa_para_internet.pdf> Acesso em 10 out. 2011.

GANÓ el corazón de mi Patria! **Hugo Chávez**. 8 out 2012. Disponível em: <http://www.chavez.org.ve/temas/noticias/gano-corazon-mi-patria/#.UO8N_2_nOSo> Acesso em 9 out 2012.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Tradução de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HUGO Chávez punto com. 23 mar 2010. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=MfFFr_t7rBMHOUAISS> Acesso em 20 mai 2011

MAYA, Margarita Lopéz. Venezuela entre incertidumbres y sorpresas. **Revista Nueva Sociedad**, n. 235, sept./oct. 2011. Disponível em: <http://www.nuso.org/upload/articulos/3793_1.pdf> Acesso em 02 out 2011.

INDONÉSIA, Brasil e Venezuela Lideram Aumento Global de Uso do Twitter. **ComScore**, 2010. Disponível em: <http://www.comscore.com/por/Press_Events/Press_Releases/2010/8/Indonesia_Brazil_and_Venezuela_Lead_Global_Surge_in_Twitter_Usage> Acesso em 23 abr 2012.

KELLER, Alfredo. Populismo institucional e populismo revolucionário na Venezuela. In: LODOLA, Germán et al. **Neopopulismo na América Latina**. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2004. p. 121-148.

KRAUZE, Enrique. **Os redentores: ideias e poder na América Latina**; tradução Magda Lopes, Cecília Gouvêa Dourado e Gabriel Federicci. São Paulo: Saraiva, 2011.

KWAK, Haewoon; LEE, Changhyun; PARK, Hosung; MOON, Sue. Moon. **What is Twitter, a Social Network or a News Media?** Department of Computer Science, Daejeon, Korea. 2010. Disponível em: <http://product.ubion.co.kr/upload20120220142222731/ccres00056/db/_2250_1/embedded/2010-www-twitter.pdf> Acesso em 10 fev 2012.

LANZARO, Jorge. Gobiernos de izquierda en América Latina: entre el populismo y la social democracia: una tipología para avanzar em el análisis comparado. **Análise de Conjuntura OPSA**, n. 12, dez. 2007. Disponível em: <http://observatorio.iesp.uerj.br/images/pdf/analise/40_analises_AC_n_12_dez_2007.pdf> Acesso em 15 out 2011.

LEACH, Joan. Análise retórica. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 293-318

LEGROS, Patrick et al. **Sociologia do imaginário**. Tradução de Eduardo Portanova Barros. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LOGROS de la revolución y la vida de la patria es loque está en juego el 7-O. **Hugo Chávez**. 28 set. 2012. Disponível em: <http://http://www.chavez.org.ve/temas/noticias/logros-revolucion-vida-patria-es-que-esta-juego-7/#.ULu-goO_GSo> Acesso em: 20 out. 2012.

LEY de Responsabilidad social en radio, televisión y medios electrónicos. AMARC. Disponível em: <<http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/2103>> Acesso em 10 nov. 2012.

MARINGONI, Gilberto. **Petróleo: crise e dilemas**. IPEA. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=2509&catid=28&Itemid=39> Acesso em 20 out 2012

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; SILVA, Fernando Wisse Oliveira; MATOS, Nina Ribeiro. Estratégias de comunicação política online: uma análise do perfil de José Serra no Twitter. **35º encontro anual da Anpocs**. 2011 Disponível em: <http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=835&Itemid=353> Acesso em 20 out 2011.

MOROZOV, Evgeny. Hugo Chavez would like to welcome you to the spinternet. In. MOROZOV, Evgeny. **The net delusion: the dark side of internet freedom**. New York: Public Affairs, 2011. Cap. 5.

MACHADO, Mônica. A retórica da reeleição: mapeando os discursos dos Programas Eleitorais (HGPE) em 1998 e 2006. **Opinião Pública**, Campinas, v. 15, n. 1, p.159-189, jun. 2009, Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/op/v15n1/a08v15n1.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2012.

MARCANO, Cristina; TYSZKA, Alberto Barrera. **Hugo Chávez sem uniforme: uma história pessoal**. Prólogo de Francisco Carlos Teixeira da Silva; tradução Marcos Santarrita. Rio de Janeiro: Gryphus, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados. **Ciencias de la Comunicación: Revista Latinoamericana de Comunicación**, Ano 1, n. 1, p. 22-37, 2º Sem. 2004.

MAYA, Margarita Lopéz. Venezuela entre incertidumbres y sorpresas. **Revista Nueva Sociedad**, n. 235, sept./oct. 2011. Disponível em: <http://www.nuso.org/upload/articulos/3793_1.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2012.

MENDES, Flávio da Silva. **Hugo Chávez em seu labirinto: o movimento bolivariano e a política na Venezuela**. São Paulo: Alameda, 2012.

MIGUEL, Luiz Felipe. Discurso e ética política. In: MIGUEL, Luiz Felipe. **Mito e discurso político: uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994**. Campinas: Editora da Unicamp, 2000. Cap. 2, p. 57 – 63.

MITRE, Antônio. As peregrinações de um conceito: populismo na América Latina. **Cadernos de História**, v. 10, n. 13, 1º sem. 2008. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoshistoria/article/view/941/907>> Acesso em: 15 out 2011

MORAES, Wallace dos Santos de. Por que Chávez chegou ao poder e como permanece por mais de uma década? Um balanço dos onze anos de chavismo na Venezuela. **Análise de Conjuntura OPSA**, n. 4, abr. 2010. Disponível em: <http://www.opsa.com.br/images/pdf/analise/73_analises_AC_n_4_abr_2010.pdf>. Acesso em: 15 out. 2011.

NEGRÃO, Lísias Nogueira. Revisitando o messianismo no Brasil e profetizando seu futuro. **RBCS**, junho/2001 – Vol. 16, nº 46.

O'DONNELL, Guillermo. **Democracia delegativa?** 1991. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/22584776/O-Donnel-1991-Cebrap-Democracia-Delegativa>> Acesso em 20 set 2012.

OPPLIGER, Marcel. **La revolución fallida: un viaje a La Venezuela de Hugo Chávez**. Santiago: Instituto Democracia y Mercado, 2010.

O'REILLY, Tim. **O que é web 2.0: Padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software**. 30 de julho de 2005. Disponível em: <<http://pressdelete.files.wordpress.com/2006/12/o-que-e-web-20.pdf>> Acesso em: 28 abr. 2009.

ORLANDI, Eni Pulcinelle. **Discurso e leitura**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 1999.

ORLANDI, Eni. Pulcinelli. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. 3.ed. Campinas: Pontos Editores, 2008.

OS CINCO dias de silêncio de Chávez. **Estadão**, 17 maio 2012. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,os-cinco-dias-de-silencio-de-chavez,874277,0.htm> Acesso em 01 nov. 2012.

PHOTOSTREAM: Hugo Chávez e Evo Morales. **Katakamidotcom News Indonesia**. 2010. Disponível em: <<http://katakamidotcomnewsindonesia.wordpress.com/news-2/hugo-chavez/photostream-hugo-chavez-evo-morales/>> Acesso em 10 nov. 2012.

PROPUESTA del candidato de la Patria, Comandante Hugo Chávez para lá gestión bolivariana socialista 2013-2019. Hugo Chávez. Disponível em: <<http://www.chavez.org.ve/Programa-Patria-2013-2019.pdf>> Acesso em 01 ago. 2012.

PAVARIN, Guilherme. **Menos pessoal, Twitter muda slogan**. Abril, 20 nov. 2009. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/menos-pessoal-twitter-muda-slogan-20112009-11.shl>> Acesso em 22 abr 2012

ROVAI, Renato. **Midiático poder**: o caso Venezuela e a guerrilha informativa. São Paulo: Publisher Brasil, 2007.

SARLO, Beatriz. O animal político na web. **Serrote**, n. 7, São Paulo, p. 6 – 19, 2011.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado**: cultura da memória e guinada subjetiva; Tradução Rosa Freire d'Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SEABRA, Raphael. A revolução venezuelana: chavismo e bolivarianismo. **Revista Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 13, n. 2, p. 211-220, jul./dez. 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/fchf/article/view/13425>> Acesso em: 20 out. 2011.

SILÊNCIO de Chávez inquieta Venezuela. **BBC Brasil**, 23 abr. 2012. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/04/120423_chavez_silencio_lk.shtml> Acesso em 01 nov. 2012.

SOARES, Júlio César Nogueira. **A Venezuela revolucionária e bolivariana de Hugo Chávez**: entre a herança caudilhista e ascensão de um novo Bloco Histórico. 2012. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais, Belo Horizonte.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

TAILÂNDIA trabalhará com Twitter para censurar mensagens ilegais. **UOL Notícias**, 30 jan. 2012. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/efe/2012/01/30/tailandia-trabalhara-com-twitter-para-censurar-mensagens-ilegais.jhtm>>. Acesso em: 20 jun. 2012

TERMOS e Condições de Utilização dos Serviços. Twitter. Disponível em: <<http://twitter.com/tos>> Acesso em 20 jun 2012.

TEIXEIRA, Elenaldo Celso. **O papel das políticas públicas no desenvolvimento local e na transformação da realidade**. 2002. Disponível em: <http://www.fit.br/home/link/texto/politicas_publicas.pdf> Acesso em 10 nov. 2012.

THE TWEETS must flow. Twitter Blog, 2010. Disponível em: <http://blog.twitter.com/2011_01_01_archive.html> Acesso em 15 maio 2012.

THIOLLENT, Michel. **Opinião pública e debates políticos**: subsídios metodológicos. São Paulo: Polis, 1986.

TWEETS still must flow. Twitter Blog, 2012. Disponível em: <http://blog.twitter.com/2012_01_01_archive.html> Acesso em 15 mai 2012.

VENEZUELA. **Portal Brasil**. Disponível em <http://www.portalbrasil.net/americas_venezuela.htm> Acesso em 20 jun 2012.

VENEZUELA retira do ar RCTV e mais 5 canais de televisão. **Estadão**, 23 jan. 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,venezuela-retira-do-ar-rctv-e-mais-5-canais-de-televisao,500701,0.htm>> Acesso em: 26 nov. 2011.

VILAS, Carlos M. Populismos reciclados o neoliberalismo a secas? El mito Del “neopopulismo” latinoamericano. **Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales**, Venezuela, v. 9, n. 003, p. 13-36, sept./dic. 2003. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=17709302>> Acesso em: 20 out. 2011

WINNER, Langdon. **Artefatos têm política?** 1986. Disponível em: <<http://www.necso.ufrj.br/Trads/Artefatos%20tem%20Politica.htm>> Acesso em: 25 mar. 2012.