

36º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS

GT01 - CIBERPOLÍTICA, CIBERATIVISMO E CIBERCULTURA

Título do Trabalho:

O TWITTER COMO TRINCHEIRA DE LUTA POLÍTICA E IDEOLÓGICA:
um estudo sobre o microblog de Hugo Chávez

Autora:

Mariana Rezende dos Passos

Instituição:

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E ARTES
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

O Twitter como trincheira de luta política e ideológica: um estudo sobre o microblog de Hugo Chávez¹

Mariana Rezende dos Passos²

Resumo: 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. Tomando esse contexto como ponto de partida, o artigo propõe investigar as estratégias discursivas de Hugo Chávez no ambiente do Twitter considerando sua percepção do microblog como uma trincheira de luta política e ideológica contra a oposição interna e externa e os valores do capitalismo. Este artigo faz parte de uma pesquisa ainda em andamento que será concluída em dissertação no final de 2012. Para consecução de tal objetivo será realizada uma análise de conteúdo do Twitter de Hugo Chávez no ano que antecede as eleições presidenciais venezuelanas – 2011/2012 - bem como um aprofundamento da pesquisa bibliográfica sobre a trajetória política da Venezuela e de Chávez até os dias atuais, para que seu discurso no Twitter e todo o processo de midiatização da imagem pública política possam ser esclarecidos. Será apresentada, também, a literatura já existente sobre o uso político da Internet, em específico do Twitter.

Palavras-chave: Twitter; Hugo Chávez; Imagem pública política;

1 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.

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

¹ Trabalho apresentado ao GT01 – Ciberpolítica, Ciberativismo e Cibercultura, do 36º Encontro Anual da ANPOCS, outubro, 2012. O artigo é parte de dissertação de mestrado em andamento que será concluída ao final de 2012.

² Mestranda pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (bolsista CAPES). Possui graduação em Comunicação Social - Hab. Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (2010). - *maryrpassos@gmail.com*

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.

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.

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.

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. 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 autor 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.

O autor 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.

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

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. (UOL, 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. (ESTADÃO, 2010).

Em matéria intitulada “Chavez exige regular a internet e a TV por assinatura” publicada pelo site *Venezuela Noticias*, é informado que ainda em 2010, Chávez passa a atacar também a Internet, quando acusa o site *Noticiero Digital* de ter postado informações falsas sobre um suposto mandato de assassinato de Diosdado Cabello³. O presidente venezuelano, em encontro com partidários do Partido Socialista Unido da Venezuela (PSUV) em 13 de março de 2010, estabelece que a Internet na Venezuela deveria ser regulamentada por leis que valeriam também aos canais de televisão por assinatura. E ainda convocou a todos os seus seguidores chavistas a contra-atacar a oposição no meio online. (VENEZUELA, 2010).

A partir de uma busca no Google percebe-se, na mídia, uma repercussão negativa sobre tal decreto por considerarem que Chávez limitou a liberdade de utilização da Internet, como já feito por Fidel Castro em Cuba. 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 sites⁴.

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 capitalismo⁵:

³ Diosdado Cabello foi vice-presidente de Hugo Chávez em 2002 e em 2009 foi nomeado chefe da Comissão de Telecomunicações e ministro de Obras Públicas e Habitação na Venezuela. Em 2010 foi eleito deputado da Assembléia Nacional venezuelana e é uma das peças-chave na revolução bolivariana no país ao lado de Hugo Chávez.

⁴ Dados publicados em matéria da emissora CNN em vídeo intitulado “Hugo Chávez punto com”. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=MfFFr_t7rBM> Acesso em: 26 nov. 2011

⁵ 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.

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 vêm 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, 2010, tradução nossa)⁶.

Havia muitas razões para Hugo Chávez se preocupar com as rede sociais e a Internet como um todo: 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)⁷.

Em dezembro de 2010 é sancionada a reforma da “Lei de Responsabilidade em Rádio, Televisão e Meios eletrônicos” que visava estabelecer na difusão e recepção de mensagens, a responsabilidade social dos prestadores de serviços de radiodifusão, fornecedores de meios eletrônicos, anunciantes, produtores nacionais independentes e usuários” (tradução nossa).⁸ Os meios de comunicação que não atendessem à essa lei poderiam ser multados ou cancelados pelo governo.

⁶ Texto transcrito do original em “Chávez contrarresta críticas en internet” Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=uY_Nt9uJqOk&feature=related> Acesso em: 26 nov. 2011

⁷ “Pronto, ya viene @chavezcandanga, amargados aprieten, la lucha es en todos los frentes.”. “Chavezcandanga” é o nome de Chávez no Twitter, a palavra “Candanga” significa “diabo” em espanhol, mas na Venezuela também pode ser um termo utilizado para referir-se a homens de caráter forte. Já “amargos” são os opositores do governo chavista, segundo Diosdado Cabello.

⁸ “(...) en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de servicios de radio y televisión, proveedores de medios electrónicos, anunciantes, productores nacionales independientes y usuarios.” Datos disponibles em <http://www.asambleanacional.gob.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=28686:an-continua-discusion-de-reforma-de-ley-de-responsabilidad-en-radio-television-y-medios-electronicos&Itemid=50&lang=es> Acesso: em 26 nov. 2011

Hugo Chávez postou a primeira mensagem em 28 de abril de 2010⁹, 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 *chavezandaga* tem 1.629 posts e 3.231.329 seguidores¹⁰, se classificando entre os 200 perfis de twitter mais seguidos no mundo.¹¹

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-Chavezandaga 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).

Ao utilizar o Twitter intensamente, Chávez reforça um tipo de censura, pontuada por Eco, em entrevista a Verón, baseada principalmente pelo 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. Eco cita o exemplo de Berlusconi, que manipula seis canais de televisão para impedir o veículo de falar sobre outros problemas. (VERÓN, 2012). O exemplo de Chávez no Twitter e na mídia estatal é bem característico deste novo tipo de censura.

Um estudo realizado pela *comScore*, um importante centro de pesquisa sobre o meio digital, apontou números importantes sobre o uso do Twitter. Segundo essa pesquisa¹², 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

⁹ “Epa que tal? Aparecí como lo dije: a la medianoche. Pa Brasil me voy. Y muy contento a trabajar por Venezuela. Venceremos!!” Esta foi a primeira mensagem postada pelo presidente venezuelano no Twitter.

¹⁰ Dados de 24 de julho de 2012.

¹¹ Dados de 30 de novembro de 2011.

¹² 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.

Venezuela. Na Indonésia 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%)¹³. 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.

Dados do quarto trimestre de 2011 obtidos pela Conatel¹⁴, 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 total¹⁵. O número é considerado baixo se comparado à penetração da Internet nos países da América do Norte e Europa, por exemplo.

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

¹³ 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.

¹⁴ Disponível em: <<http://www.conatel.gob.ve/>> Acesso em 23 abr 2012.

¹⁵ Se comparados com os dados de mesmo período de 2010, houve um crescimento de 16,76% do acesso à Internet na Venezuela.

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.

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 volta¹⁶. O Twitter apresenta um percentual muito baixo de reciprocidade, 67,6% dos usuários não são seguidos de volta.

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?”.

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 da suas ideias.

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

¹⁶ Essa conclusão sugere-nos que a visibilidade no Twitter condiciona-se à visibilidade já adquirida na mídia tradicional.

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.” (TWITTER, 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 temas do site, ao utilizar oito verbos possíveis para a divulgação de mensagens – e o site tem controle editorial sobre essas mensagens.

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 que o governo julga ofensivos, 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. (UOL, 2012a).

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. 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.

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 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 midiatização 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).

São exatamente as 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.

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 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.

2 O GOVERNO CHÁVEZ: QUATORZE ANOS NO PODER

Hugo Chávez disputou as eleições presidenciais venezuelanas 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.

Há opiniões variadas sobre a política adotada por Hugo Chávez na Venezuela: muitos o acusam de ditador por vetar órgãos de comunicação (como canais de televisão e emissoras de rádio, como será visto mais adiante) e por passar por cima de instituições importantes como os partidos políticos, já outros acreditam que sua longa estadia no poder do país se deve ao seu enorme apoio popular e ao seu carisma.

Enquanto estiveram presos pelas suas tentativas de 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 Venezuela¹⁷. O culto a Bolívar passou a ser uma espécie de religião.

¹⁷ A Bolívia conquistou a independência da América Espanhola em 1825, a Colômbia em 1819, o Equador

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.

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. 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.

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. 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 golpes de Estado em 2002. O primeiro golpe de Estado de 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.

É em meados de 2002, devido a uma tentativa de golpe da oposição chavista, que o governo de Chávez 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.

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 observa-se 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. Muitas da Missões possuem títulos associados a conquistas importantes de Bolíviar.

A partir deste quadro econômico venezuelano das Missões, parte considerável de pesquisadores, economistas e cientistas políticos considera a política de Chávez como populista, a exemplo de Keller (2004) que, em sua visão, 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)

Já para Petkoff, citado por Dieguez (2012), o chavismo é capaz de reproduzir os piores vícios do populismo latino-americano, dentre eles: o autoritarismo, o controle

autocrático dos poderes do Estado e o militarismo, além disso, o regime é extremamente personalista.

Os números e a aproximação cada vez maior com o povo e com as camadas populares contribuíram para a reeleição de Chávez em 2006¹⁸, 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.

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 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.

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.

Ainda segundo o autor, 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”. 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 que 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 sem ser transmitido, e só voltou à rede nacional em 8 de janeiro de 2012 (UOL, 2012b). 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.

¹⁸ Hugo Chávez venceu as eleições com 62% dos votos válidos contra 36% de Manuel Rosales.

2.1 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 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.

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 – *Aló, 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” (p. 555) 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).

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)¹⁹. 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.

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 conseqüente 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.

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.

¹⁹ “(...) entre febrero de 1999 y junio de 2009, Chávez sumaba 2.810 horas hablando em radio y television, lo que equivale a 351 jornadas laborales de ocho horas: casi um año hablando.”.

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 – Twitter, e dos meios tradicionais de comunicação – Televisão, não é mais identificada com as primeiras interações televisivas, mas já está marcada pelas tomas de decisões *ao vivo*, mascaradas pelo ato conversacional que o mandatário permanentemente realiza no seu perfil no Twitter e no *Alô, presidente*.

2.2 Cenário de disputa: as eleições presidenciais de 2012

Chávez terá a chance, em 7 de outubro de 2012, de ser reeleito pela terceira vez e poderá governar a Venezuela por mais seis anos, e poderá, portanto, dar continuidade ao processo que começou a implantar há quatorze anos.

Em eleições primárias inéditas na Venezuela, realizadas no dia 12 de Fevereiro de 2012, a oposição escolheu o candidato que disputará 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 atual de disputa entre Chávez e Capriles é intenso, pesquisas realizadas sobre as intenções de voto variam 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 são de 44% enquanto para Capriles são de 31%. Em mais recente pesquisa, datada de 22 de julho de 2012, realizada pelo Instituto Venezuelano de Análises de Dados (IVAD) Chávez mantém a preferência dos votos com 52,3% das intenções, já Capriles possui 32%.

As eleições presidenciais são um enigma para ao 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 advém 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 pode prejudicar a campanha de Capriles, já que não sobra muito espaço para que o candidato opositor divulgue suas ideias. O que Capriles tem feito durante sua campanha é 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 é “Hay un Camino!” (“Há um Caminho!”), e o que o candidato enfrentará 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.

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 Datanális, o mandatário possui 50,5% de aprovação como presidente e 62,4% de aprovação da gestão de seu governo²⁰. Ainda segundo Dieguez (2012), o que é importante ressaltar é que Capriles encabeça um jogo de forças importante contra Chávez em um movimento que ficou conhecido como Tococho (Todos Contra Chávez), e caso Capriles vença a eleição pode ser mais pela força anti-chavista do que pelo poder de Capriles como candidato.

Já Hugo Chávez oficializou sua candidatura em 11 de junho de 2012, um dia depois de Capriles e no último 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

²⁰ Dados da Agência Venezuelana de Notícias. Disponível em <<http://www.avn.info.ve/contenido/datan%C3%A1lisis-revela-que-aumenta-brecha-favor-candidatura-ch%C3%A1vez>>. Acesso em 26 jun. 2012

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 é 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 tem como slogan: “Chávez, corazón de mi pátria” (Chávez, coração de minha pátria), o que retifica o tom nacionalista do discurso chavista. Uma diferença objetiva da campanha de 2012 para as anteriores é que, desta vez, o mandatário não terá condições – físicas – de percorrer todo o país em caravanas, como vem fazendo seu oponente.

João Santana, responsável pela campanha de Lula à reeleição no Brasil em 2006 e pela campanha de Dilma Rousseff em 2010, é o responsável pela campanha de Hugo Chávez esse ano na Venezuela. A campanha de Capriles será também dirigida por dois brasileiros, Renato Pereira e Chico Mendez.

A campanha eleitoral teve início oficialmente em 1 de julho de 2012, além da campanha nas ruas, os candidatos tem 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 apresenta imagens do povo venezuelano exaltando Chávez com o grito de “Uh! Ah! Chávez não se vá!”.²¹

3 @CHAVEZCANDANGA: PRÉ-ANÁLISE E CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Em seu perfil no Twitter, Hugo Chávez se intitula “Presidente da República Bolivariana da Venezuela. Soldado, Bolivariano, Socialista e Anti-imperialista”. O

²¹ Vídeo disponível em
<http://www.youtube.com/watch?v=TRV7YIm1sts&list=UU3g6_FVcSsFmq1STkooDVwQ&index=1&feature=plcp> Acesso em 01 de jul 2012.

mandatário venezuelano possui atualmente 3.342.980 seguidores, já postou 1.729 tweets e segue apenas outros 23 usuários²². Ainda em seu perfil é disponibilizado um link para o blog oficial de seu governo – <http://www.chavez.org.ve>.

Atualmente Hugo Chávez está na segunda posição como político mais popular no Twitter, em primeiro está Barack Obama, que possui 17,1 milhões de seguidores. Mas, Chávez está na frente do perfil da Casa Branca, que encontra-se em terceiro lugar com 2,9 milhões de seguidores.

Em 28 de abril de 2012, Chávez comemorou o segundo ano de aniversário de sua conta no Twitter, e, no próprio perfil, exaltou que “ChávezCandanga tem sido uma maravilhosa criação coletiva!” (TWITTER DE HUGO CHÁVEZ, 2012, tradução nossa²³). Em notícia no site oficial do governo (www.chavez.org.ve)²⁴ em 29 de abril de 2012, intitulada “@chavezcandanga revolucionou a rede social Twitter”, é possível notar a exaltação sobre a importância do perfil de Chávez no Twitter que, segundo o blog, criou um novo fenômeno comunicacional.

Há dois anos, à meia noite de 28 de abril de 2010, o presidente Chávez revolucionou a rede social Twitter, quando enviou através de sua conta oficial @chavezcandanta a primeira mensagem. [...] A partir desse momento criou-se um novo fenômeno comunicacional. **O presidente Chávez, sendo um comunicador nato, demonstrou a todos que está aberto a debates** utilizando qualquer canal, como as redes sociais da Internet. (SITE OFICIAL HUGO CHÁVEZ, 2012, grifo nosso, tradução nossa²⁵).

Já em 28 de maio de 2012, o mandatário comemorou a conquista dos 3 milhões de seguidores. “Aos 3 milhões de Candangueiros e Candangueiras, o meu especial agradecimento! E vamos seguir, por aqui também, **a batalha das ideias**”. (TWITTER DE HUGO CHÁVEZ, 2012, grifo nosso, tradução nossa²⁶).

²² Dados de 22 de agosto de 2012. Dentre os 23 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.

²³ “ChávezCandanga ha sido una maravillosa creación colectiva!”

²⁴ Os tweets de Hugo Chávez são pauta para as notícias do Blog oficial do governo.

²⁵ “Hace dos años, a la medianoche del 28 de abril de 2010, el presidente Chávez revolucionó la red social Twitter, cuando envié a través de su cuenta oficial @chavezcandanga el primer mensaje [...]. Desde ese instante hasta la fecha se creó un nuevo fenómeno comunicacional. El presidente Chávez, siendo un comunicador nato, les demostró a todos que está abierto al debate empleando cualquier canal, como las redes sociales de Internet.”.

²⁶ “A los 3 millones de Candangueros y Candangueras, vaya mi especial agradecimiento! Y sigamos dando,

Importante salientar que, nos dois momentos, a batalha de ideias foi excessivamente pontuada. O que comprova que o Twitter, para Chávez, se tornou mais um importante campo de batalha na luta pela revolução e pelos ideais bolivarianos. A controvérsia, no entanto, vem do fato de que o mandatário estaria “aberto a debates” no microblog, o que contraria as opiniões de que o mandatário possui características ditatórias e autoritárias, sem abertura para discussões.

Em pré-análise do Twitter de Hugo Chávez, realizada entre outubro de 2011 e julho de 2012, a partir de estatísticas disponibilizadas pelo site Tweet Stats (<http://tweetstats.com>), constatou-se que os meses que o mandatários mais utilizou o microblog foram março (77 tweets), abril (89 tweets), maio (46 tweets) e julho (57 tweets) de 2012. Importante salientar que o mês de julho de 2012 marca o início da campanha presidencial na Venezuela.

Desde o início de Chávez no Twitter, o mês que o mandatário mais postou no foi maio de 2010, logo após oficializar sua entrada no microblog, nesse mês ele chegou a postar 412 tweets. Outro mês de pico para o perfil do mandatário no twitter foi julho de 2011, quando chegou a postar 165 vezes. Esse mês de julho coincide com o início da retirada do programa televisivo *Alô, presidente*, que como visto no capítulo 2, ficou fora do ar por sete meses e só voltou a ser transmitido em janeiro de 2012, devido ao diagnóstico de câncer de Chávez.

Já os meses de março, abril e maio de 2012 também são característicos na Venezuela pelo silêncio de Chávez, que parou de fazer comícios, aparições da televisão e na imprensa. O Twitter, portanto, foi importante fonte de comunicação entre o mandatário e a população venezuelana neste período, daí as inúmeras críticas que surgiram de que Chávez estaria governando o país pelo Twitter.

A análise quantitativa do mês de julho do perfil de Chávez comparada a análise do perfil de seu opositor, Henrique Capriles, deixa a desejar²⁷. Só nesse mês Capriles tweetou 409 vezes, enquanto Chávez postou apenas 57 mensagens. Além disso, Chávez adquiriu, nesse mês de julho 81.311 seguidores, enquanto Capriles conquistou 86.203, de acordo com o site Twitteros en Venezuela (<http://www.twven.com>).

también por aquí, la batalla de las ideas!”

²⁷ Capriles iniciou sua conta no Twitter em agosto de 2009, atualmente possui 1.059.369 seguidores – 2.172.125 a menos que Chávez – e já postou 5.637 vezes, seu pico de utilização é justamente o mês de julho de 2012, mês de início da campanha presidencial. Fonte: Tweet Stat (<http://tweetstats.com>).

Nos quatro meses que Chávez mais utilizou o Twitter no corpus delimitado (março, abril, maio e julho de 2012) já é possível notar que as palavras mais utilizadas pelo mandatário foram: “pátria” (mencionada em 25 tweets), “povo” (mencionada em 61 tweets), “Venezuela” (mencionada em 23 tweets), “venceremos” (mencionada em 17 tweets) e “socialismo” (mencionada em 13 tweets).

Tais palavras compõe o discurso de Chávez no microblog e retificam o caráter nacionalista e de exaltação ao povo venezuelano, muito característicos da postura midiática do mandatário, o que nos leva a refletir sobre o processo de significação do discurso de Chávez.

Segundo Pinto (2008) “o sentido é um ser do futuro, um vir-a-ser.” (PINTO, 2008, p. 83) O seu significado se dá no contexto em que estiver aplicado. A significação de uma mensagem dependerá das escolhas que o receptor fizer e da sua posterior circulação, mesmo que na enunciação exista a intenção de um sentido pré-estabelecido.

O conhecimento do sentido, ainda segundo Pinto (2008), não se dá, como se imagina, apenas nas mensagens e na decodificação de textos, mas sim nas respectivas circulações destas mensagens, textos e discursos. Pode-se perceber a intensidade desta circulação no Twitter enquanto lugar de transmissão e recebimento de mensagens online no qual o sentido se dá no alcance das mensagens, e não somente em seus conteúdos.

Da relação entre o enunciado e a enunciação surgem duas ilusões possíveis: a “eficácia do assujeitamento” que diz respeito à ilusão de que o sujeito que discursa tem autonomia (“o que eu digo tem o sentido que *eu quero*”); e a “estabilidade referencial” da qual surge a ilusão de transparência dos sentidos (o que eu disse só pode significar *x*). (ORLANDI, 1999, p. 108)

O processo de significação e de produção de sentido não se dá somente em quem escreve ou em quem fala, mas também em quem recebe a mensagem. Essa produção de sentido da recepção é feita por meio de condições determinadas e não abstratamente, essas condições são sócio-históricas. “(...) quando estamos lendo, estamos participando do processo (sócio-histórico) de produção dos sentidos e o fazemos de um lugar social e com uma direção histórica determinada.” (ORLANDI, 1999, p. 102)

Deste processo resulta a institucionalização dos sentidos. A produção de sentido estaria, portanto, na relação entre o que é dito e o que é compreendido.

Pode-se encontrar essa teoria dos efeitos de sentido também nas ideias de Verón (2004), segundo o qual a semiologia dos anos 1980, chamada de semiologia de “terceira

geração”, integrou em sua produção teórica estes “efeitos de sentido”, determinados por um “processo que vai da produção de sentido até a ‘consumação’ de sentido, sendo a mensagem o ponto de passagem que sustenta a circulação social das significações.”. (VERÓN, 2004, p. 216) As semiologias anteriores a essa não levavam em consideração a produção de sentido na recepção, apenas na emissão de mensagens.

A mensagem, bem como o discurso, não possui um efeito de sentido único, a relação entre produção e recepção (ou “reconhecimento”) é tensa e não há linearidade neste processo. Há uma diferença essencial no sentido dos termos enunciado e enunciação: o primeiro diz respeito ao conteúdo do discurso ou mensagem, já o segundo diz respeito à forma como foi realizado o discurso, ou seja, está relacionado às *modalidades do dizer*, mas não podem ser analisados separadamente, são parte essencial do todo do discurso.

As *modalidades do dizer* em um discurso constroem os chamados “dispositivos de enunciação” (VERÓN, 2004, p. 217). Fazem parte destes dispositivos: 1) a imagem de quem fala, ou o lugar de fala do enunciador. “Essa imagem contém, portanto, a relação daquele que fala ao que ele diz.” (VERÓN, 2004, p. 217); 2) a imagem do destinatário que é construída também pela fala do enunciador; 3) a relação entre enunciador e destinatário “proposta no e pelo discurso.”. (VERÓN, 2004, p. 218)

O que se estabelece em um discurso é um *contrato de leitura* entre produção e reconhecimento. Este contrato de leitura é:

(...) uma paisagem, de alguma forma, na qual o leitor pode escolher seu caminho com mais ou menos liberdade, onde há zonas nas quais ele corre o risco de se perder ou, ao contrário, que são perfeitamente sinalizadas. (VERÓN, 2004, p. 236).

O reconhecimento do sentido, ou os destinatários do discurso, têm papel fundamental no contrato de leitura.

Para Amossy (2008), a argumentação do locutor tem validade a partir da natureza do seu auditório, portanto, ela se ancora no social. A troca verbal é realizada a partir de lugares-comuns e a interação é efetuada por meio da imagem que locutor e auditório fazem um do outro.

Para o estabelecimento do ethos é necessário um conhecimento prévio do auditório sobre o orador. Essa imagem pública é ainda mais necessária quando se trata se

personalidades conhecidas, como políticos que são “conhecidos de todos pelo que deles diz a imprensa e o rumor público, pelo que deles mostram as mídias ou, ainda, pela imagem associada ao grupo ou ao partido do qual são porta-vozes.” (AMOSSY, 2008, p. 125)

Esse jogo de construção de imagem do locutor e do auditório, segundo a autora, passa por um processo de estereotipagem que “é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado.” (AMOSSY, 2008, p. 125) A concepção que o locutor tem de seu auditório conduz o seu discurso, ele adapta sua imagem aos valores que ele crê estarem interiorizados em seus destinatários. Tal colocação sugere-nos a relevância de considerar o interessante conflito que se dá entre a imprensa e o discurso que Hugo Chávez, presidente da Venezuela, constrói em seu perfil no Twitter. No espaço do microblog, Chávez dá suas versões positivas dos fatos não só à população Venezuelana mas também à população mundial, que, por outro lado, obtém informações muitas vezes negativas de Chávez através de variados veículos de comunicação, sejam eles atribuídos a mídias online ou offline.

O slogan ou frase de efeito que é mais utilizada por Chávez no Twitter é “Viveremos e Venceremos”, que foi substituída pela “Pátria, socialismo ou morte”, frase que mais caracterizava o governo chavista. Segundo Maya (2011), essa mudança já é característica de algumas alterações que foram feitas na imagem de Chávez e de seu governo devido ao período eleitoral e às críticas de cunho ditatorial que foram feitas ao mandatário. “Viveremos e Venceremos” pode ser encontrada em vários tweets do mandatário e se tornou uma *hashtag* (#viviremosyvenceremos) muito utilizada por ele.

O discurso de Chávez do Twitter possui características fortemente religiosas. O mandatário por vezes agradece a Deus por algo conquistado ou mesmo por sua saúde. Além disso, o socialismo é tema frequente no perfil de @chavezcandanga, em 7 de maio Chávez postou: “Continuo informando: aprovei 1.200 milhões de Bs. (bolívares) para subsídios diretos para habitação! Só no Socialismo isto é possível!” (TWITTER DE HUGO CHÁVEZ, 2012, tradução nossa²⁸)

Apesar de Chávez não citar o nome de Bolívar muitas vezes em seu perfil do Twitter, é possível notar o discurso bolivariano em toda a narrativa de

²⁸ “Sigo informando: he aprobado 1.200 millones de Bs. para subsidios directos habitacionales! Sólo en Socialismo es esto posible!!”.

@chavezcandanga. Tal discurso se pauta pelo caráter revolucionário, de conquista, luta e vitória do povo Venezuelano, principalmente contra os valores do capitalismo. Tal discussão sobre o discurso implícito de Bolívar no perfil de Chávez no Twitter ainda será aprofundando, para tanto será utilizada discussão de Bakhtin sobre discursos pressupostos e subentendidos.

O momento em que Chávez fala sobre Bolívar abertamente já ocorre em período eleitoral, em 24 de julho de 2012 – dia da comemoração do 299º aniversário de Simón Bolívar. Nesta data, no Twitter, Hugo Chávez anuncia a imagem em 3D, feita por pesquisadores, do rosto de Bolívar. O mandatário venezuelano postou, ainda, uma série de tweets homenageando seu maior herói revolucionário.

É importante salientar que uma análise mais aprofundada do Twitter de Hugo Chávez será ainda realizada como requisito para apresentação à banca final de qualificação da monografia em questão. Até o presente momento as conclusões apresentadas aqui foram possíveis de serem analisadas como pré-observação e serão, ao longo da pesquisa, melhor apresentadas e discutidas.

REFERÊNCIAS

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

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

BLOG OFICIAL DO TWITTER – Disponível em <<http://www.blog.twitter.com>>

DIEGUEZ, Consuelo. **O candidato Tococho**: Lula inspira Henrique Capriles, o homem que vai enfrentar Chávez nas urnas da Venezuela. Revista Piauí. Edição 69, junho 2012.

ESTADÃO. **Venezuela retira do ar RCTV e mais 5 canais de televisão**. 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

SITE OFICIAL HUGO CHÁVEZ. Disponível em: <www.chavez.org.ve>. Acesso em 03 dez 2011.

SITE OFICIAL HAY UM CAMINO. Disponível em: <<http://hayuncamino.com/>>. Acesso em 26 jun. 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, H.; LEE, C.; PARK, H.; MOON, S. What is Twitter, a Social Network or a News Media? In: não tem autor? Organizador? **WWW 2010**, April 26–30, 2010, Raleigh, North Carolina, USA, 2010. Disponível em: <<http://cs.wellesley.edu/~cs315/Papers/What%20is%20twitter-a%20social%20net%20or%20news%20media.pdf>> Acesso em 10 fev 2012.

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, NY: PublicAffairs, 2011. cap. 5

MACHADO, Mônica. **A retórica da reeleição: mapeando os discursos dos Programas Eleitorais (HGPE) em 1998 e 2006**. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 15, nº 1, Junho, 2009, p.159-189. 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.

MAYA, Margarita Lopéz. **Venezuela entre incertidumbres y sorpresas**. Revista Nueva Sociedad, N° 235, septiembre-octubre de 2011. Disponível em: <www.nuso.org>. Acesso em 10 jul. 2012

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.

OPPLIGER, Marcel. **La Revolución Fallida: Un viaje a La Venezuela de Hugo Chávez**. Instituto Democracia y Mercado. Santiago, Noviembre, 2010.

ORLANDI, Eni Pulcinelle. **Discurso e leitura** – 4. ed. – São Paulo, Cortez; Campinas, SP: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1999.

PINTO, J. Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações? In. OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira (orgs.). **Interfaces e**

tendências da comunicação no contexto das organizações. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

ROVAI, Renato. **Midiático Poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa** – 1. Ed. – São Paulo: Publisher Brasil, 2007.

SARLO, Beatriz. **O animal político na web.** In. Revista Serrote. IMS, Ed. 7. Março/2011

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.

TWITTER OFICIAL DE HUGO CHÁVEZ – Disponível em: <<http://twitter.com/chavezcandanga>> Acesso em: 01 out. 2011

TWITTER. Disponível em <<http://www.twitter.com>>. Acesso em 01 jan 2012

TWITTER BLOG. Disponível em <<http://blog.twitter.com/2011/01/tweets-must-flow.html>> Acesso em 01 jun 2012

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

UOL Notícias. **Tailândia trabalhará com Twitter para censurar mensagens ilegais.** 30/01/2012a. 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

UOL Notícias. **Chávez retoma programa 'Alô Presidente' após sete meses afastado.** 08/01/2012b. 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

VENEZUELA Notícias. **Chavez exige Regular el internet y TV por Suscripcion.** Disponível em <<http://chavez-noticias.blogspot.com/2010/03/chavez-exige-regular-el-internet-y-tv.html>> Acesso em: 26 nov. 2011

VERÓN, Eliseo. Entrevista Umberto Eco, por Eliseo Verón. In. **Transformações da midiatização presidencial: corpos, relatos, negociações resistências.** Org. NETO, Antônio Fausto; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido.** Trad. Vanise Dresch. São Leopoldo: Editora Unisinos. 2004

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