

A diplomacia midiática do governo Hugo Chávez

Leonardo Valente e

Maurício Santoro

O objetivo deste artigo é analisar as estratégias de comunicação adotadas pelo governo Hugo Chávez em sua política externa. A partir do conceito de “diplomacia midiática”, examinado por Valente (2005), estudamos as decisões do presidente da Venezuela com relação à criação do canal de TV Telesur, à organização do Fórum Social Mundial em Caracas e ao patrocínio da escola de samba Vila Isabel, campeã do carnaval do Rio de Janeiro em 2006 com um samba-enredo que tratou da integração latino-americana.

As possibilidades e limites da diplomacia midiática são analisadas com base na posição da Venezuela no sistema internacional: um país estratégico sem pretensões à hegemonia na América do Sul, mas dotada de influência considerável em função de sua farta produção de petróleo e gás natural, que vem sendo utilizada por Chávez numa tentativa de consolidá-lo como um líder de esquerda, porta-voz do “socialismo do século XXI”.

Entretanto, Chávez é essencialmente um militar nacionalista, filiado a uma tradição centralizadora, presente na Venezuela, Peru e Panamá. Sua relação com a esquerda,

inclusive em seu próprio país, é conturbada e marcada por dificuldades de diálogo e entendimento.

Por fim, analisamos a retórica anti-EUA do presidente da Venezuela, contrastando-a com as relações econômicas muito importantes mantidas pelos dois países e destacamos os principais riscos da estratégia comunicacional de Chávez.

O Conceito de Diplomacia Midiática

A novidade trazida pelos costumes democráticos de nossos dias é que as massas são também visadas pelos Estados ofensivos. Cada um dos campos em que o mundo se divide, e cada uma das grandes potências, procura convencer os governados do outro lado da linha fronteira de que eles estão sendo explorados, oprimidos, abusados. A guerra da propaganda marca a permanência do conflito entre os Estados e o recurso aos meios de pressão. Nesse jogo, a potência não é função só da força militar ou dos recursos econômicos disponíveis. Certos regimes se prestam melhor à exportação publicitária, ao recrutamento de representantes desinteressados ou ao emprego de dinheiro para violar as consciências (Aron, 2002, p. 90).

“Nosso Norte é o Sul”. A frase usada como slogan da Telesur, primeira TV venezuelana de conteúdo jornalístico com transmissão internacional, resume bem os objetivos comunicacionais e políticos do atual governo venezuelano, que investe pesado em recursos de propaganda externa e

Leonardo Valente é Mestre em Relações Internacionais pela Universidade Federal Fluminense. Seu email é lvalente@oglobo.com.br. Maurício Santoro é doutorando em Ciência Política no IUPERJ e professor da pós-graduação em Relações Internacionais da Universidade Cândido Mendes. Seu email é msantoro@iuperj.br.

na chamada diplomacia midiática.

Para estudar a estratégia implementada pelo governo de Caracas precisamos conceituar o termo diplomacia midiática. Campo em amplo desenvolvimento nos Estados Unidos, tanto na academia quanto no governo, é uma estratégia que aproveita os novos recursos midiáticos da Era da Informação para a diplomacia. Entre eles se destacam os modernos meios de comunicação e a mídia globalizada, principalmente as redes de TV em escala planetária e a internet. O objetivo principal é melhorar a eficácia das negociações, seja com governos, empresas ou organizações internacionais. O professor de Ciência Política da Universidade de Harvard Eytan Gilboa define bem essa nova forma do agir diplomático:

A exposição da diplomacia na mídia para a opinião pública criou uma nova diplomacia, com novas regras, técnicas e uma infinidade de implicações para governos, diplomatas, jornalistas e o grande público (Gilboa, 2001, p. 275).

Não devemos, no entanto, confundir a diplomacia midiática com diplomacia cultural ou diplomacia pública, apesar dos pontos em comum de tais práticas. Para Gilboa, o que difere a diplomacia midiática é seu caráter mais pragmático, que também leva em consideração a disseminação de conteúdos culturais e valores ideológicos, mas sem perder o foco de objetivos específicos.

Trata-se do estudo dos sistemas de comunicação atualmente usados na diplomacia pelos Estados para expressar e defender seus interesses, estimular a realização de acordos e até mesmo legitimar ultimatos. Um novo canal de contato para esclarecer posições e convencer outros Estados e diversos atores globais sobre essas posições (Gilboa, 2001, p. 65).

No caso venezuelano, a nova estrutura comunicacional do país proporciona a execução de uma diplomacia midiática com um claro e divulgado objetivo: fortalecer um projeto de integração da América Latina, em especial da América do Sul, e criar mecanismos de proteção contra a ação da diplomacia midiática norte-americana, feita por meio dos veículos de comunicação globalizados, principalmente as redes de TV e as agências de notícias.

As Raízes da Retórica de Chávez

A partir de sua eleição à presidência da Venezuela, em 1998, Chávez passou a ser considerado como um dos mais importantes líderes da esquerda na América Latina, com uma retórica que fala em “revolução bolivariana” e construção do “socialismo do século XXI”. Contudo, seu histórico de conspirações e golpes militares provoca desconforto entre muitos intelectuais e ativistas de esquerda – público-alvo dessa estratégia. Um exemplo é o artigo em que o escritor colombiano Gabriel García Márquez traça um perfil de Chávez. O romancista entrevistou o mandatário venezuelano duas semanas após sua posse na presidência:

Enquanto se afastava entre sua escolta de militares condecorados e amigos de primeira hora, fui tomado pela estranha sensação de que havia viajado e conversado com gosto com dois homens opostos. Um a quem a sorte obstinada oferecia a oportunidade de salvar seu país. E o outro, um ilusionista, que podia passar para a história como um déspota a mais (García Márquez, 2000).

Os depoimentos autobiográficos de Chávez ressaltam a importância do *nacionalismo militar* em sua formação política. A influência começou na academia de oficiais, onde o cadete Chávez foi aluno e discípulo do general Jacinto Pérez Arcaý, que havia participado de uma insurreição contra o ditador Marcos Pérez Jimenez (1952-1958) e fora responsável pela revalorização de Simón Bolívar, então desprezado pela elite venezuelana como um caudilho autoritário. Décadas depois, Pérez Arcaý ainda se lembrava de como defendeu Chávez num episódio em que o cadete enfrentou um professor conservador que criticava Bolívar (Báez e Elizalde, 2004. pp. 79-80).

Bolívar é o líder político mais citado por Chávez, que com seu nome batizou seu grupo político, Movimento Bolivariano Revolucionário, adotando como lema uma versão levemente modificada do juramento anti-colonial que o prócer da independência fizera no Monte Aventino, em Roma. Uma vez presidente, Chávez fez com que a Assembléia Constituinte alterasse o próprio nome do país para República Bolivariana da Venezuela.

Do ideário de Bolívar, Chávez aproveita sobretudo três elementos: a luta anti-colonial, a hostilidade aos EUA e a defesa da integração latino-americana. Na retórica chavista, essas características se tornam a base para um discurso anti-imperialista.

Outra influência histórica foi o guerrilheiro Pedro Rafael Perez Delgado, o Maisanta, que atuou no século XIX na Venezuela. Chávez é bisneto de Maisanta, mas a família considerava o antepassado como um criminoso comum. Quando Chávez descobriu que este havia participado de lutas sociais, interessou-se a fundo por conhecer melhor sua biografia. Entrevistou parentes que conviveram com ele, pesquisou documentos e reuniu material para escrever um livro sobre o bisavô, projeto que não chegou a concretizar. No decorrer das pesquisas, ganhou um amuleto que pertenceu a Maisanta e passou a carregá-lo consigo desde então.

Em seus tempos de aluno na academia militar, na década de 1970, Chávez acompanhou com interesse o governo de militares nacionalistas na América Latina. Cita com admiração a gestão de Omar Torrijos, que assinou o acordo com os EUA para controlar o Canal do Panamá. E Chávez conheceu pessoalmente o general Velasco Alvarado, que governou o Peru após chefiar um golpe de militares reformistas. O cadete venezuelano foi a Lima numa celebração oficial, em 1974, em homenagem aos 150 anos da batalha de Ayacucho contra a Espanha. Entusiasmou-se ao ser designado para a missão:

Naquela noite fui para a biblioteca... e comecei a estudar o que estava acontecendo no Peru. Descobri o Plano Inca e que ali se produzia uma revolução dirigida por um militar nacionalista. Passamos vários dias em Lima, fazendo perguntas a todo mundo, alimentando-me daquele processo e trocando experiências com cadetes colombianos, panamenhos, peruanos e chilenos (entrevista a Báez e Elizalde, 2004, p. 340)

Mais tarde, já como presidente, Chávez teve como assessor o sociólogo argentino Norberto Ceresole, que foi colaborador de Velasco Alvarado.

Os heróis do jovem cadete possuem um perfil comum: Bolívar, Pérez Arcay, Velasco Alvarado e Torrijos são militares que iniciaram (ou tentaram iniciar) reformas sociais, chegando ao poder muitas vezes pela força, por meio de golpes ou revoluções. O tenentismo brasileiro, sobretudo a figura de Luís Carlos Prestes, também se aproxima dessa família política. Não por acaso, Chávez cita com frequência as ações de Prestes, em especial a marcha de sua Coluna de militares insurretos pelos sertões.

Tal panteão não era propriamente popular com a esquerda venezuelana dos anos 70, mais influenciada pela

Os heróis do jovem cadete Chávez possuem um perfil comum: Bolívar, Pérez Arcay, Velasco Alvarado e Torrijos são militares que iniciaram (ou tentaram iniciar) reformas sociais, chegando ao poder pela força.

Revolução Cubana. As relações de Chávez com os partidos esquerdistas de seu país foram e são marcadas por um relacionamento difícil, de tentativas de aproximações, tensões e afastamentos. No nível pessoal, o irmão mais velho de Chávez, Adam, professor e ativista histórico da esquerda venezuelana, foi uma ligação importante. Nos anos 70, quando o caçula era cadete:

Meu irmão estava em Mérida e era militante do Movimento da Esquerda Revolucionária (MIR). Não sabia, só me chamava a atenção que ele e seus amigos tinham cabelo comprido, alguns com barba... Estava nascendo o MAS [Movimento ao Socialismo] e eu andava por ali. Outros – Vladimir Ruiz e os filhos de Ruiz Guevara, um velho comunista – estavam fundando a Causa R. Éramos amigos e me aceitavam, com uniforme e tudo (entrevista a Báez e Elizalde, 2004, p. 336).

A politização de Chávez se deu de outra maneira, já como oficial militar. Servindo no interior do país, presenciou torturas de camponeses suspeitos de participar dos movimentos guerrilheiros e testemunhou também soldados mortos e feridos por ataques dos grupos armados. O impacto sobre o jovem tenente foi profundo: “Chávez se perguntava: ‘O que é que eu faço aqui?’ De um lado, camponeses vestidos de militares torturam camponeses

guerrilheiros, e do outro, camponeses guerrilheiros matam camponeses vestidos de militar” (García Márquez, 2000).

As inquietações de Chávez se agravaram à medida que o pacto bipartidário de Punto Fijo, estabelecido em 1958, fragilizava-se pela corrupção e pelas dificuldades da elite dominante em incorporar as demandas sociais da população excluída das benesses do *boom* petrolífero dos anos 70. Chávez deu início a seu movimento recrutando jovens oficiais, tenentes e capitães que desejavam reformas modernizantes para o país. Faziam parte de uma nova geração de militares, oriundos de famílias pobres ou da baixa classe média.

Esses jovens foram educados segundo o Plano Andrés Bello, uma mudança curricular que levou o ensino das humanidades e ciências sociais às academias das Forças Armadas. Os oficiais dessa geração tenderam a se antagonizar com seus superiores, a quem viam como pouco qualificados tecnicamente e instrumentos de uma classe política corrupta (Maringoni, 2004).

O movimento militar ganhou força nos anos 80, quando a queda nos preços do petróleo lançou a Venezuela numa grave crise sócio-econômica. O barril de pólvora explodiu em 1989, quando a população de Caracas se rebelou após o anúncio de um plano de ajuste estrutural recessivo. A revolta, conhecida como Caracazo, foi reprimida pelo exército e pela polícia, que mataram muitas pessoas nos bairros pobres e nas

favelas da capital – algumas estimativas apontam para milhares de assassinatos.

Por essa época, Chávez procurou uma ponte com o líder comunista Douglas Bravo, que rompera com o Partido Comunista da Venezuela nos anos 60, passara a se declarar “bolivariano” e comandara um movimento guerrilheiro. A amizade entre os dois durou cerca de uma década, mas ao fim Chávez rompeu com o político mais velho, preferindo centrar suas atividades no Exército em vez de num partido ou movimento social: “Nos demos conta de que a ideologia que Douglas Bravo defendia não teria eco nas Forças Armadas. O marxismo chocava-se com a natureza mesma do corpo militar profissional” (entrevista a Báez e Elizalde, 2004, p. 354).

O movimento militar liderado por Chávez, então tenente-coronel, tentou um golpe em fevereiro de 1992. Chávez foi preso durante os breves combates, mas seus opositores lhe permitiram fazer um discurso às câmeras de TV, pedindo a seus seguidores que depusessem as armas. Falou por menos de um minuto. Segundo García Márquez “o discurso da derrota foi o primeiro da campanha eleitoral que o levou à presidência nove anos depois”. Eis as palavras de Chávez:

Companheiros: Lamentavelmente, por enquanto, os objetivos que nos propusemos não foram alcançados na capital.

Quero dizer, nós, aqui em Caracas, não conseguimos controlar o poder. (...) Ouçam o comandante Chávez, que lança esta mensagem para que, por favor, reflitam e deponham as armas (...) Companheiros, ouçam esta mensagem solidária. Agradeço-lhes sua lealdade, agradeço-lhes sua valentia, desprendimento, e, diante do país e de vocês, assumo a responsabilidade por este movimento militar bolivariano. Muito obrigado¹.

O pequeno discurso transformou uma derrota militar numa vitória política. Em poucas palavras, Chávez revelou-se à Venezuela como líder do movimento bolivariano. Duas expressões se destacam: o “*por enquanto*”, que reconhece o jogo como perdido, mas aponta para novas possibilidades, e o “*assumo a responsabilidade*”, que teve grande repercussão num país em que os políticos em geral hesitam em se posicionar dessa maneira. Com a derrota do golpe, vários seguidores de Chávez foram presos, mas os que escaparam à perseguição tentaram outra insurreição, em novembro. Perderam novamente, embora o presidente Carlos Andrés Pérez terminasse sofrendo *impeachment* em 1993, acusado de corrupção.

A desestruturação do sistema político venezuelano abriu caminho para Chávez. No início, ele pareceu confuso quanto a qual estratégia seguir, recomendando abstenção na eleição presidencial de 1994. A disputa foi vencida pelo conservador Rafael Caldera, que presidira o país 25 anos antes e desempenhara importante papel moderador nas crises da década de 90. Contudo, o governo de Caldera também fracassou. Octavio Amorim examinou os quatro pontos que marcaram o colapso do pacto de Punto Fijo e consolidaram a força de Chávez como o candidato “anti-sistema” para as eleições de 1998:

Em primeiro lugar, a disposição para estabelecer pactos de governabilidade perdeu-se completamente em vista do altíssimo grau de confrontação existente entre os partidos tradicionais e seus opositores. Segundo, com o fim da guerra fria, as elites políticas perderam um inimigo comum que poderia forçá-las a cooperar entre si, qual seja, os partidos de extrema-esquerda. Cabe lembrar que esse “cimento cooperativo” já estava fora de uso há muito tempo. Terceiro, a capacidade das elites civis de controlar os militares chegou ao seu nível mínimo com as duas tentativas de golpe de 1992 e a ascensão do coronel Chávez à presidência. Quarto, com as crescentes taxas de alienação eleitoral, ficou claro que a capacidade que tinham os partidos tradicionais de incorporar, organizar, mobilizar e representar os mais diversos grupos sociais encontrava-se seriamente comprometida (Amorim, 2002, p. 261).

A Criação da Telesur

Já como presidente, um dos mais importantes instrumentos da disseminação da retórica de Chávez foi a criação da Telesur, que começou a funcionar em 24 de julho de 2005. Oficialmente de propriedade denominada mul-

tiestatal (uma parceria entre Venezuela, Argentina, Cuba e Uruguai), a rede possui sede em Caracas e a maior parte de sua estrutura e de seus recursos na Venezuela, que tem 51% das quotas da empresa de 160 funcionários. Apesar do caráter governamental, sua dinâmica e estética lembram qualquer grande emissora privada com programação voltada para o público internacional, como a CNN. Apesar dos recursos limitados, que a impedem de entrar de forma convencional em muitos países por sistemas de TV por assinatura, tem conseguido formas alternativas e criativas de disseminar seu conteúdo. Conseguiu fechar acordos com TVs comunitárias de vários países, com transmissão a cabo ou aberta, utilizando parte de suas grades de programação, em geral de três a quatro horas diárias.

A proposta de transmissões televisivas para diversos países como forma de proteção contra a diplomacia midiática norte-americana é explicitada pelos executivos da multiestatal. Em entrevista à Agência Carta Maior, o diretor de jornalismo da Telesur, Jorge Enrique Botero, declarou em 2005 que “[a] Telesur será independente sempre, neutra, jamais”, sinalizando mais tarde uma postura anti-americana para seu conteúdo jornalístico². Na época do início das operações, o integrante do Conselho Assessor da emissora, Miguel Bonaso, também disse à imprensa que “o objetivo da Telesur é romper o cerco informativo na América Latina”, numa clara referência às agências de notícias internacionais e a redes como a CNN, quase todas norte-americanas ou européias. O texto de lançamento oficial possui o mesmo conteúdo:

Imagine um canal de televisão que se proponha a combater o discurso único das grandes redes globais de comunicação, todas com sede nos países ricos. Uma tevê que mostre o Sul com os olhos do Sul, revelando tudo o que vem sendo sonegado ao público sobre as verdadeiras lutas sociais e de libertação travadas pelos povos latino-americanos. Difícil imaginar? Pois é exatamente esta a proposta da Telesur, que já pode ser captada via satélite da Patagônia ao Canadá³.

Mas de que formas a Telesur pretende se defender desse discurso único? Segundo seus formuladores, disseminando seu próprio discurso, ou o discurso venezuelano, para o maior número possível de países. Tentando ganhar expressão internacional, principalmente na América do Sul, sem a intermediação de grandes veículos de países hegemônicos. Mostrando a Venezuela pelas lentes e interpretações de seus repórteres e não de jornalistas de países distantes ou mesmo hostis.

A disseminação de discursos é uma estratégia cara a Chávez, que viveu uma das experiências midiáticas mais ilustrativas do chamado discurso único ou hegemônico da mídia global: a tentativa de golpe de Estado contra seu governo, ocorrida em 2002. Valente (2005) demonstra que o fato levou mais de 48 horas para ser classificado pela mídia internacional como golpe de Estado. Neste período, principalmente durante a prisão de Chávez, um levantamento

feito pelo autor revela que as principais reportagens disseminadas pelas agências internacionais de notícias falavam sobre a tranquilidade do mercado internacional do petróleo em virtude “da posse” do novo governo venezuelano. Um trecho de um *flash* noticioso da agência americana *Associated Press* distribuído na noite do dia 12 de abril, reproduzido pelo autor, mostra claramente essa tendência, com a expressão “deixou o poder” sendo usada no lugar da

Um dos mais importantes instrumentos da disseminação da retórica de Chávez é a Telesur, que começou a funcionar em 2005. Oficialmente uma parceria entre Venezuela, Argentina, Cuba e Uruguai, a rede possui sede em Caracas e a maior parte de sua estrutura está na Venezuela.

expressão “foi deposto” ou outras similares. De acordo com o levantamento, todas as notícias publicadas pelas agências internacionais naquele dia tiveram a mesma estrutura editorial: no fim de um dia em que a Venezuela mergulhou no caos político e social, o general Alberto Camacho Kairuz, da Guarda Nacional, anunciou que o presidente Hugo Chávez deixou o poder.

Chávez deixou claro em inúmeras ocasiões que seu investimento pesado em comunicação, cujos valores não são divulgados, e na criação da Telesur são para evitar que a opinião pública latino-americana tenha acesso apenas ao material noticioso “do Norte” sobre os fatos que ocorrem na Venezuela e em países vizinhos. Uma estratégia que, apesar de recente e ainda incipiente, despertou temores nos Estados Unidos, país com grande capacidade de avaliação das potencialidades da diplomacia midiática. Os EUA reagirão a reportagens da Telesur que considerarem antiamericanas (*O Globo*, 27/07/2005). A Câmara dos Representantes dos Estados Unidos aprovou a medida antes mesmo que a Telesur entrasse no ar. Na época, chegou-se a cogitar na imprensa norte-americana eventuais violações no espaço radioelétrico da Venezuela, o que não foi confirmado pelo governo.

Ao tentar impedir o monopólio da informação por parte das redes globais e procurar dar voz ao seu discurso sem intermediações estrangeiras, que objetivos políticos e estratégicos permeiam a linha de ação de Hugo Chávez? Para Valente (2005), o uso dos recursos midiáticos em diplomacia por parte dos Estados centrais, principalmente os EUA, têm como objetivo a otimização de negociações em vários campos que, *a priori*, tem como meta maior “a manutenção do *status quo* hegemônico”. Ao desenvolver estratégia semelhante, teria o governo venezuelano objetivo de obter vantagens para alcançar alguma posição de liderança regional ou mundial?

Não nos parece esta a proposta venezuelana. Mesmo sendo um país estrategicamente importante por conta do

petróleo, a Venezuela não possui estrutura social, poder político nem atributos geográficos para exercer um papel de liderança nem mesmo frente a Brasil, Argentina, ou México. E, por mais que um projeto comunicacional seja bem executado e tenha capacidade de ampliar potencialidades, não é capaz de mudar situações estruturais. Claro que Chávez pensa em um país mais ativo no cenário internacional, com voz e maior autonomia, mas é diferente de pretensões de liderança. A Venezuela sabe, por exemplo, que uma tentativa de ingressar no Conselho de Segurança da ONU como membro permanente seria inútil, independentemente de quem estivesse no poder ou de quais recursos comunicacionais fossem usados para esse fim.

A diplomacia midiática venezuelana é, portanto, calcada na proposta de integração latino-americana e na necessidade de transmissão da sua versão dos fatos sem intermediários. É muito mais um recurso de blindagem interna do que uma estratégia para a escalada de posições no cenário internacional. O estabelecimento de uma audiência ampla e a facilidade em concorrer na transmissão de notícias vale mais como estratégia de defesa contra golpes e investidas externas de bastidores, como em 2002. Chávez sabe que boa parte da ofensiva norte-americana contra os chamados “regimes hostis” tem na diplomacia midiática uma importante arma. E a contra-ofensiva mais eficaz neste caso é utilizar recursos semelhantes.

A iniciativa venezuelana de desenvolver uma diplomacia midiática contemporânea é inovadora na América Latina. Poucos países fora do eixo EUA-Europa Ocidental tentam fazer o mesmo. Os casos mais notórios são o da Rússia, que inaugurou uma rede de TV internacional de notícias em inglês, e alguns países islâmicos, que ajudam no financiamento das conhecidas redes de TV al-Jazeera e al-Arabya.

Limitações da diplomacia midiática venezuelana

Se é destaque a sensibilidade do governo venezuelano para a importância da diplomacia midiática, isso não é tudo para uma estratégia bem-sucedida nesse campo. Questões inerentes às características internas da Venezuela, ao seu posicionamento no cenário internacional e à falta de estudos mais avançados sobre diplomacia midiática fazem com que esse tipo de política tenha efeitos mais limitados que o desejado.

O primeiro ponto problemático é o caráter essencialmente governamental em sua estratégia. Valente (2005) mostrou que a principal característica das estratégias de diplomacia midiática bem sucedidas hoje é o uso implícito e indireto, porém de grande efeito, da mídia global privada. Comunicação e propaganda oficiais perderam ao longo

do tempo credibilidade e penetração e, portanto, eficácia.

Uma estratégia eficiente de comunicação hoje não é a que o Estado vale de sua voz. O objetivo é fazer com que interlocutores, considerados independentes e imparciais, falem pelo Estado, divulguem informações importantes ou interessantes de serem divulgadas, mas sem a assinatura de seu autor. Dessa forma, a obtenção de resultados se torna mais efetiva e menos suscetível a filtros e rejeições (Valente, 2005, p. 45).

Toda a estratégia comunicacional venezuelana, no entanto, tem caráter oficial: encontra-se ligada à Telesur, ao trabalho do corpo diplomático ou ao departamento de marketing da poderosa estatal petrolífera, a PDVSA.

O caráter estatal da Telesur implica em problemas sérios para sua atuação no mercado global de comunicação. Primeiro, dificulta o ingresso da empresa no importante mercado de difusora primária de informação, ou seja, agências de notícias. O restrito mercado das agências internacionais é o grande responsável pela disseminação do conteúdo jornalístico em escala global. A origem governamental da Telesur não é a única dificuldade. O fato de ser uma empresa venezuelana pode pesar ainda mais que ser uma empresa governamental no mercado internacional.

Com isso, a Telesur fica praticamente restrita a seus espectadores, o que compromete a eficácia de estratégias de formação de opinião sem a reprodução de suas notícias em rádios, TVs e jornais locais de outros países, como ocorre com as agências.

Outro fator limitador, e que em certa parte justifica a posição de se implementar uma rede de TV oficial, é a falta de estrutura do país no setor de comunicação. Como quase todos os seus vizinhos, a Venezuela está longe de possuir

Chávez tem deixado claro que seu investimento pesado em comunicação e na criação da Telesur visam a evitar que a opinião pública latinoamericana tenha acesso apenas ao material noticioso “do Norte” sobre os fatos que ocorrem na Venezuela e nos países vizinhos.

grandes conglomerados comunicacionais privados em condições de vislumbrarem o mercado internacional.

O Fórum Social Mundial em Caracas

Outro instrumento da diplomacia midiática de Chávez foi a organização de uma edição do Fórum Social Mundial (FSM) em Caracas. A realização do evento se enquadra numa estratégia de buscar apoios à esquerda para seu governo.

Se a ascensão de Chávez à presidência foi marcada pela influência do nacionalismo militar, uma vez no poder sua retórica passou a abarcar um amplo leque ideológico, mencionando líderes e intelectuais latino-america-

nos como Fidel Castro, Che Guevara, Emiliano Zapata e Eduardo Galeano. Também cita revolucionários marxistas de outros continentes como Rosa Luxemburgo, Lênin e Mao Tsé-Tung, além de fazer referências constantes a Jesus Cristo, definido pelo presidente venezuelano como um revolucionário social. O discurso da “revolução bolivariana” caminha ao lado da proposta de construir o “socialismo do século XXI”.

Após a tentativa de golpe em 2002, Chávez passou a se comparar com frequência a presidentes reformistas que foram depostos por intervenções militares, como Jacobo Arbenz na Guatemala, João Goulart no Brasil e Salvador Allende no Chile. É curioso que não mencione Juan Domingo Perón, da Argentina, pois a prisão e retorno triunfal de Perón em 1945 lembram muito os acontecimentos enfrentados pelo presidente venezuelano, além da origem milita comum a ambos.

Entre 1999 e 2002 Chávez esteve empenhado numa acirrada luta pelo poder na Venezuela, que envolveu a convocação da Assembléia Nacional Constituinte e, sobretudo, a tomada do controle da poderosa estatal petrolífera PDVSA, que até então funcionava como um “Estado dentro do Estado”. Os conflitos não cessaram após o golpe: o presidente enfrentou um locaute da elite venezuelana, a oposição dos principais meios de comunicação do país e um referendo sobre seu governo que terminou por confirmá-lo no poder.

Em meio às disputas, Chávez buscou evitar o isolamento de seu governo e empreendeu uma política de cooperação com outros países latino-americanos, batizada de “Alternativa Bolivariana para as Américas”. Uma das iniciativas mais conhecidas foi vender petróleo a Cuba por um preço abaixo do mercado internacional em troca de serviços médicos e educacionais dos profissionais cubanos.

Tais práticas, aliadas a uma intensa retórica anti-EUA, foram conquistando para Chávez a simpatia de ativistas de esquerda decepcionados com os impasses e concessões dos governos mais moderados. O Fórum Social Mundial de 2005, sediado em Porto Alegre, foi um momento significativo desses sentimentos. O presidente Lula recebeu vaias durante seu discurso no Estádio do Gigantinho, em contraste com o entusiasmo com que fora aplaudido em 2003 ao se apresentar como o elo entre os mundos de Davos e Porto Alegre. Falando no mesmo local dias depois, Chávez foi ovacionado pela multidão, principalmente nos ataques mais fortes contra os EUA. Contudo, o presidente venezuelano destacou sua solidariedade e vínculos políticos a Lula, Néstor Kirchner e Tabaré Vázquez e chegou a repreender o público pelas vaias ao líder brasileiro. Novamente, a importância para o governo da Venezuela é ser visto como parte de um movimento sul-americano

mais amplo, e não como um grupo radical isolado.

No fim do discurso de Porto Alegre, Chávez anunciou que Caracas seria uma das sedes do Fórum Social Mundial 2006. Assim foi. O evento contou com cerca de 80 mil participantes, a maioria de países latino-americanos. As maiores delegações foram as da Venezuela, Colômbia, Cuba, Brasil e EUA. A presença em Caracas de lideranças dos movimentos sociais, organizações não-governamentais e instituições acadêmicas de várias partes do mundo transformou a cidade num centro do debate político da esquerda, pelo menos durante alguns dias.

O Fórum Social Mundial é um movimento apartidário, não-vinculado a governos. As centenas de atividades ocorridas em Caracas foram organizadas por diversas pessoas e instituições, muitas delas com posições críticas com re-

Chávez sabe que boa parte da ofensiva norte-americana contra os chamados “regimes hostis” tem na diplomacia midiática uma arma importante. E a contra-ofensiva mais eficaz neste caso é utilizar recursos semelhantes.

lação a Chávez – análises sobre seu governo foram temas frequentes de discussões durante o evento. As declarações mais polêmicas do presidente venezuelano ocorreram em seu discurso no estádio do Poliedro. Na avaliação de Gilberto Maringoni:

O discurso de Chávez no Poliedro foi uma espécie de Gigantinho 2, a continuação da alocução de Porto Alegre. Lá, ele já detalhara sua apreciação da conjuntura internacional e definira-se claramente por uma opção socialista. “Não há esperança sob o capitalismo”, repete a toda hora.

Agora, mudou a marcha e acelerou. “Amanhã pode ser tarde!”, “Não podemos perder tempo!”, “Socialismo ou morte!” são as expressões-síntese da pressa governamental. “Não podemos permitir que o Fórum se folclorize”, falou, repetindo [o jornalista Ignacio] Ramonet e respondendo implicitamente ao chamado de Bamako [capital do Mali, outra sede do FSM 2006].

“Por isso clamo ao Fórum Social Mundial, respeitando sua autonomia, para que formemos um grande movimento mundial anti-imperialista”, disse Chávez da tribuna, envergando uma nada discreta camisa vermelha. “Um Fórum no qual se debate e se debate, sem chegar a conclusões, acaba por perder-se” (Maringoni, 2006).

As críticas de Chávez ao FSM provocaram divisões entre os participantes do evento. Para muitos, o presidente venezuelano não compreendeu a dinâmica das lutas sociais contemporâneas, marcadas pela pluralidade de idéias e visões de mundo, e tenta aplicar a lógica de um movimento político dirigido do alto, por uma vanguarda ou por um pequeno grupo de lideranças. Outros se queixaram do

que viram como uma tentativa do governo da Venezuela de instrumentalizar o FSM para seus próprios objetivos.

Também houve reclamações sobre a bandeira do “socialismo ou morte” proposta por Chávez. Lílian Celiberti, ex-militante da luta armada no Uruguai, emocionou-se ao lembrar que sua geração havia acreditado nesse lema, e obtivera apenas a morte, a tortura e as prisões. Era hora, segundo ela, de aprender com os erros do passado e buscar novas orientações. Os defensores de Chávez argumentavam que “Socialismo ou morte” deve ser compreendido no contexto de um ataque ao capitalismo sem controles, que vem provocando danos graves ao meio ambiente e à qualidade de vida.

Os problemas de Chávez com os participantes do FSM repetem sua relação difícil com os partidos da esquerda venezuelana. A estratégia do nacionalismo militar é a de reformas modernizantes, em nome da justiça social, mas com métodos centralizadores que com frequência se tornam autoritários. A agenda dos movimentos sociais e ONGs têm

pontos em comum com as do presidente venezuelano, mas seus ativistas vêm de outras tradições, que valorizam a organização comunitária, o trabalho de base e de mobilização partidária. Também priorizam questões que entram na retórica chavista de modo apenas secundário, como as desigualdades de gênero e de raça, e os direitos humanos.

Bolívar na Sapucaí: a experiência com a Vila Isabel

Outra estratégia de impacto midiático importante foi o patrocínio pela PDVSA da escola de samba Unidos de Vila Isabel, campeã do ano passado do Grupo Especial do carnaval do Rio de Janeiro. A ajuda, que segundo a imprensa chegou a US\$ 1 milhão, se deu em troca da construção do enredo “Soy loco por ti America”, que tratava das maravilhas culturais e naturais latino-americanas e da importância da integração dos povos da região.

A investida comunicacional ganhou notoriedade muito acima da que era esperada por seus estrategistas. Sem ganhar um título desde 1988, a Vila Isabel, considerada escola de segundo escalão entre as grandes do carnaval carioca, não tinha muitas esperanças de conquistar o campeonato, mesmo com os investimentos consideráveis do governo Chávez. O motivo são os orçamentos milionários das escolas de samba do Rio (algumas tiveram o orçamento cinco vezes superior ao da Vila Isabel neste ano), o que torna cada vez mais disputada a briga pelo primeiro lugar.

Ao patrocinar a Vila, ganhar o carnaval certamente não era o objetivo principal da PDVSA. Uma escola do grupo especial carioca desfila por cerca de 80 minutos e tem suas imagens e comentários sobre seus enredos transmitidos pela principal emissora de TV brasileira para o Brasil, demais países da América Latina, Estados Unidos e Japão.

Milhões de espectadores, desarmados quanto às estratégias propagandistas, e admirados com esta singular forma cultural de se passar mensagens. Além disso, toda uma comunidade de um bairro importante do Rio de Janeiro, Vila Isabel, vivenciou por quase um ano a elaboração do enredo, aprendendo com ele e criando seus próprios questionamentos e conceitos sobre a temática. Outros milhares, que desfilaram, apenas compraram do CD das escolas de samba ou assistiram ao espetáculo na avenida, fizeram questão de aprender o samba-enredo, que trata das maravilhas da América Latina e exalta Simon Bolívar, o principal personagem do discurso chavista:

Nas densas florestas de cultura. Do sombrero ao chimarrão. Sendo firme sem perder la ternura. E o amor por este chão. Em límpidas águas a clareza. Liberdade a construir. Apagando fronteiras, desenhando. Igualdade por aqui. Arriba, Vila! Forte e unida. Feito do sonho do Libertador. A essência latina é a luz de Bolívar. Que brilha num mosaico multicolor.

Diante de tamanha notoriedade, os venezuelanos concluíram que o investimento de US\$ 1 milhão era extremamente compensador. Trata-se de comunicação indireta e extremamente eficiente, a exemplo do que os EUA fazem

A diplomacia midiática venezuela é muito mais um recurso de blindagem interna do que uma estratégia para a escalada de posições no cenário internacional.

há décadas no cinema e na TV, com grande êxito. A principal vantagem é transmitir a mensagem desejada com menos exposição direta (como no caso das propagandas e meios de comunicação oficiais) e conseqüentemente com menor desgaste.

A estratégia, no entanto, contou com a sorte e ganhou repercussão internacional muito maior do que a esperada, com a surpreendente vitória da Vila Isabel. Imediatamente, a imprensa opositora venezuelana começou a contestar o patrocínio. No Brasil, as críticas também foram enormes e o campeonato foi visto com desconfiança, tanto por membros do mundo do samba, quanto por intelectuais, políticos e jornalistas. No entanto, Marcelo Coutinho mostrou outro lado pouco refletido pelos opositores ao enredo da Vila:

Entre as barbaridades que foram ditas, ouviu-se críticas dirigidas a passagens em espanhol na letra do samba e ao fato de, em algumas ocasiões, as bandeiras brasileira e venezuelana aparecerem lado a lado. A conclusão desse desatino parece óbvia: bandeira norte-americana ou inglesa pode, palavras em inglês ou mesmo em francês também pode, haja vista expressões corriqueiras, camisetas, shows, outdoors, fachadas de shopping center, mas qualquer outra manifestação cultural que nos aproxime dos países sul-ameri-

canos assusta, não pode, sobretudo quando se tem por aí solto um novo inimigo esquerdista com densidade eleitoral. Dinheiro de bancos e quaisquer empresas estrangeiras, de clubes de futebol, de jogo do bicho e de outros estados da federação também pode, mas da PDVSA, a estatal venezuelana, nem pensar (Coutinho, 2006).

Críticas à parte, os resultados foram mais do que bem-vindos, tanto para a escola quanto para Chávez. A Vila Isabel ganhou destaque na imprensa mundial, e a integração latino-americana proposta pelo patrocínio venezuelano conquistou primeiras páginas no Brasil e em diversos países. Diante do êxito da escola, seu financiador pode sair dos bastidores, onde figurava discreto e de onde certamente não pensava em sair, e posar na frente das câmeras, colhendo os louros de uma campanha vitoriosa.

Conclusão

“O discurso – a psicanálise já mostrou – não é simplesmente o que manifesta (ou esconde) o desejo; é também aquilo que é o objeto do desejo”. A afirmação de Michel Foucault (1971) em sua aula inaugural no Collège de France é de extrema pertinência quando analisamos as estratégias discursivas de Hugo Chávez. A manutenção do poder pelo recurso do discurso, e o poder de ter o dis-

curso dominante, se confundem na trajetória do presidente venezuelano. Portanto, perceber o que está por trás de tão sofisticado exercício comunicacional pode ser peça-chave para se

entender não somente seu comportamento interno, mas a atual forma de inserção internacional do país e o papel que seu governo dá à política externa.

É a partir do discurso do governo Chávez que perceberemos de forma mais clara que seus objetivos internos e externos seguem em uma mesma direção: enfraquecer as forças que ameaçam sua permanência no poder. No caso externo, toda essa ação é permeada pelo trauma causado pela tentativa de golpe, que teve apoio de bastidor da maior potência do planeta.

Os EUA têm grande experiência em usar justamente o campo do discurso para minar e enfraquecer seus adversários, tornando-os mais suscetíveis à ações de outros rivais. Detectar essa estratégia é relativamente fácil, diante da grande dificuldade que é destrinchar seus mecanismos e, pior ainda, construir formas próprias e eficazes de reação. Não é fácil confrontar um sistema global de comunicação por meio do qual governos como o dos Estados Unidos agem, não de forma direta e autoritária (o que tornaria mais fácil sua anulação), mas de maneira intra-sistêmica, possuindo todos os recursos necessários para disseminar de forma subliminar e imperceptível aos olhos de muitos seus discursos, quase sempre na boca de terceiros.

Como pesquisadores do discurso de Chávez, muito mais importante que julgar se ele é bom ou ruim para

esse ou aquele grupo no sistema internacional, é termos consciência de sua limitada, mas importante, eficácia na manutenção de seus objetivos. A criatividade de iniciativas como o patrocínio da Vila Isabel, se feitas de forma sistemática, certamente colaborarão para a solidificação de uma imagem externa mais forte contra as investidas comunicacionais vindas de fora com finalidade oposta. A Telesur, por mais limitações que tenha, também contribui para esse processo, assim como o relacionamento de grande apelo midiático com forças de esquerda importantes, como o Fórum Social Mundial.

A guerra de discursos no plano diplomático nem sempre reflete a realidade da política externa, e tem justamente como objetivo evitar que os ataques no campo das palavras

possam provocar baixas concretas. Sabemos, por exemplo, que a facilidade com que Chávez ataca verbalmente os Estados Unidos é inversamente proporcional à dificuldade que teria em deixar de ser fornecedor de petróleo para aquele país.

Mas, tanto para Chávez quanto para qualquer outro governante, o recurso do discurso pode esconder armadilhas perigosas. E em política externa o risco maior é justamente o de transformar palavras em realidade. Ameaças que não sairiam do campo virtual em contra-ataques reais. O discurso, que é o meio e a finalidade do desejo, é também para Foucault uma “duração que não nos pertence”, que pode tomar vida própria, fora de nosso controle. E evitar isso pode ser o maior desafio de Chávez.

Notas

¹ “Palabras del teniente-coronel Hugo Chávez el 4 febrero de 1992”. Disponível em <<http://www.analitica.com/Bitblo/hchavez/4f.asp>>. Acessado em 12 de janeiro de 2006.

² Entrevista à Agência Carta Maior, em 23 de maio de 2005.

³ Disponível no site oficial da emissora: <www.telesurtv.net>. Acessado em 23 de fevereiro de 2006.

Referências bibliográficas

AMORIM NETO, Octavio (2002). “De Hugo Chávez a João Goulart: a política venezuelana à luz da experiência brasileira” *Opinião Pública*, v. VIII, n. 2.

ARON, Raymond (2002). *Paz e Guerra entre as Nações*. São Paulo: Editora Universidade de Brasília.

BAES, Luiz e ELIZALDE, Rosa Mariam (2004). *Chávez Nuestro*. Havana: Casa Editora Abril

BARSTON, Robert (1997). *Modern Diplomacy*. Londres: Longman;

COHEN, Yoel (1986). *Media Diplomacy*. Londres: Frank Cass.

COUTINHO, Marcelo (2006). “E Depois do Carnaval”. *Jornal do Brasil*, 05/03/2006.

EL-NAWAWY, Mohammed e ISKANDAR, Adel (2002). *Al-Jazeera: how the free arab news network scooped the world and changed the Middle East*. Cambridge: Perseus Books.

EBAN, Abba (1983). *The New Diplomacy*. Nova York: Random House.

FOUCAULT, Michel (1971). *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Cia das Letras.

GARCIA MARQUEZ, Gabriel (2000). “O Enigma Hugo Chávez”, *Le Monde Diplomatique*, edição brasileira, ano 1, n. 7, agosto.

GEYER, Geogie (1984). “Journalists: The new targets, the new diplomats, the new intermediary people”. In R. Schmuhl (ed), *The responsibilities of journalism* - South Bend, University of Notre Dame Press.

GILBOA, Eytan (2001). “Mass communication and diplomacy: A Theoretical Framework”. *Journal of Communication Theory*. V. 10 N.3.

MARINGONI, Gilberto (2004). *A Venezuela que se Inventa: poder, petróleo e intriga nos tempos de Chávez*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo.

_____. (2005). “Gigantinho 2: a missão”. Disponível em: <http://www.forumsocialmundial.org.br/dinamic.php?pagina=balanco_fsm2006_por>

VALENTE, Leonardo (2005). *Política Externa da Era da Informação: O novo jogo do poder, as novas diplomacias e a mídia como instrumento de Estado nas relações internacionais*. Dissertação de mestrado apresentada no Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais da Universidade Federal Fluminense. Niterói: 2005.