

Venezuela  
Hugo Chávez Frías (1998...)

## A COMUNICAÇÃO COMO UMA VARIÁVEL SIGNIFICATIVA NAS RELAÇÕES DE PODER

A prática comunicativa de Hugo Chávez, favorecida de certa forma pelo contexto histórico-político, constituiu-se em uma variável significativa para deslocar os atores tradicionais do cenário político, bem como para legitimar seu projeto político bolivariano. A estratégia comunicacional do presidente venezuelano no decorrer de seu governo é caracterizada pelo discurso anti-imperialista conjugado à aproximação e familiaridade com as massas e deslegitimação dos partidos tradicionais, bem como de sua oposição em geral. A retórica e o pragmatismo do presidente Chávez é marcado, assim, pela polarização entre governo e oposição e pela polemização com os meios de comunicação privados e com o governo Bush.

Kátia Alves Fukushima  
*katia\_alves1981@yahoo.com.br*

Possui bacharelado e licenciatura em Ciências Sociais pela Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista - Campus Araraquara (FCLAr/UNESP), Brasil. Atualmente é mestranda em Ciências Políticas pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Brasil. Atua nas áreas de mídia, política e partidos políticos.

O presente artigo consiste em uma crônica sobre a maneira de comunicar-se do presidente Hugo Chávez, na Venezuela. Partimos da hipótese de que a comunicação deste presidente vem sendo uma variável significativa tanto para obter o apoio das massas, bem como para a crescente polarização com a oposição, da qual destaca-se a elite venezuelana, o empresariado e os grandes meios de comunicação.

Assim, buscaremos analisar o comunicar-se do presidente Hugo Chávez. Isto é, como o presidente se comunica com a população; qual sua estratégia de relacionamento para com os meios de comunicação e quais os recursos estéticos, retóricos e político utilizado pelo presidente definindo, deste modo, o seu perfil comunicativo. Para tanto, recorreremos a alguns estudos sobre análises do discurso, buscando a contribuição da lingüística para melhor compreendermos as estratégias discursivas presentes na comunicação do presidente. Nesta análise entendemos que o contexto histórico-político venezuelano também se faz fundamental para compreendermos como se dá a comunicação na figura do presidente Hugo Chávez.

## Introdução: A Comunicação de Chávez Em Seu Contexto histórico-político

Hugo Chávez aparece no cenário político em 1992, em uma tentativa de golpe<sup>1</sup> contra o governo de Carlos Andrés Pérez, que era marcado por constantes escândalos de corrupção. Após o fracasso do Golpe, Chávez foi preso, mas antes conseguiu permissão para fazer um breve discurso às câmaras de televisão, pedindo a seus seguidores que depusessem as armas. Neste discurso Chávez dizia:

*“Primero que nada quiero dar buenos días a todo el pueblo de Venezuela, y este mensaje bolivariano va dirigido a los valientes soldados que se encuentran en el Regimiento de Paracaidistas de Aragua y en la Brigada Blindada de Valencia. Compañeros: Lamentablemente, por ahora, los objetivos que nos planteamos no fueron logrados en la ciudad capital. Es decir, nosotros, acá en Caracas, no logramos controlar el poder. Ustedes lo hicieron muy bien por allá, pero ya es tiempo de reflexionar y vendrán nuevas situaciones y el país tiene que enrumbarse definitivamente hacia un destino mejor. Así que oigan mi palabra. Oigan al comandante Chávez, quien les lanza este mensaje para que, por favor, reflexionen y depongan las armas porque ya, en verdad, los objetivos que nos hemos trazado a nivel nacional es imposible que los logremos. Compañeros: Oigan este mensaje solidario. Les agradezco su lealtad, les agradezco su valentía, su desprendimiento, y yo, ante el*

<sup>1</sup> O golpe de 1992, liderado por Chávez, é justificado como um levante ante a decadência da democracia venezuelana. Isto é, como uma reação legítima contra o Sistema Político Venezuelano. Após o fracasso levante Chávez fica preso até 1994, quando cria o Movimento V Republica, partido do qual Chávez sai candidato em 1998. Ver: Romero, 2005.

*país y ante ustedes, asumo la responsabilidad de este movimiento militar bolivariano. Muchas gracias.”<sup>2</sup>*

É marcante a referência sobre a retórica e o pragmatismo de Hugo Chávez. Já no discurso acima sua comunicação se apresenta significativa para sua ascensão ao poder. Como afirma Gabriel García Márquez (2000) o discurso da derrota [do levante de 1992] foi o primeiro da campanha eleitoral que o levou à presidência. Uma das questões centrais nesse discurso foi o fato de Chávez ter assumido a responsabilidade do movimento, marcando um diferencial em relação aos políticos anteriores a ele que hesitavam falar dessa maneira. (Valente, 2006). A partir desse discurso Chávez passa a ser conhecido em toda a Venezuela como líder do Movimento Bolivariano.

Neste período a Venezuela passava por uma crise de representação. O Pacto de *Punto Fijo*<sup>3</sup> que desde 1958 era a base governamental entrara em colapso com a queda do preço do petróleo, gerando um descrédito por parte da população nas forças políticas tradicionais. Esta situação de crise de representação e de desconfiança nas instituições políticas venezuelanas exigiu uma necessidade de se legitimar as relações de poder, ou seja, se tornou necessário à construção de uma série de estratégias com a finalidade de convencer a população em geral da legitimação das instituições (Romero, 2005).

Assim, o contexto histórico-político foi determinado pela antipolítica e, logo, pelo aparecimento de novos atores (dentre os quais Chávez se insere). Este fato favoreceu a candidatura de Chávez para a presidência em 1998, considerado como o candidato “anti-sistema”. Nas palavras de Romero:

*el proceso suscitado a partir de 1992, significó una interrupción de la dinámica social hegemónica de las creencias políticas surgidas desde 1958, y el inicio de una nueva construcción de creencias que compiten por el espacio, el poder y el convencimiento del pueblo, que no tenían como protagonistas a los partidos históricos tradicionales (AD, COPEI, grupos económicos, entre otros). (Romero, 2005: 364).*

Valente aponta que Chávez passou a ser considerado um dos mais importantes líderes da esquerda na América Latina, com uma retórica que faz constante alusão à “Revolução Bolivariana” e à “construção do Socialismo do Século XXI”. Estes elementos retóricos tornar-se-ão significativos na comunicação de Chávez.

Conhecido como o líder do Movimento Bolivariano, não há como negar que a base de seu discurso desde 1992 até o presente é o ideário de Simón Bolívar. Deste ideário os elementos centrais ressaltados por Chávez são: a luta anticolonial;

<sup>2</sup> Palavras do Tenente-coronel Hugo Chávez em 4 de fevereiro de 1992 pela televisão. Disponível em: <http://www.analitica.com/Bitblbio/hchavez/4f.asp>

<sup>3</sup> O Pacto de *Punto Fijo* consistiu na aliança dos partidos: Ação Democrática e COPEI (Comitê de Organização Política Eleitoral Independente) para a alternância no governo.

a hostilidade aos Estados Unidos (esta muito contundente em Chávez) e a defesa da Integração Latino-americana (Valente, 2006). Assim, ao inserir tais elementos, em sua forma carismática, Chávez se coloca como o impulsionador de mudanças e transformações na Venezuela frente ao modelo político dos últimos quarenta anos (1958-1998), o qual –no discurso de Chávez– aparece como o causador da crise político social.

Com grande apoio da população, Chávez é eleito presidente da Venezuela em 1998. Neste momento, a Venezuela passa por um acelerado processo de reformulações na estruturas políticas, econômicas e sociais do Estado, sob direção do presidente Hugo Chávez, em que interesses de setores conservadores e das classes empresariais (as quais há muito tinham o monopólio do poder) foram afetados.

Assim, com a crise das forças políticas tradicionais e a vitória de Chávez para presidente em 1998, intensifica-se na Venezuela um cenário político crítico e polarizado. Chávez ao assumir o poder, em pouco tempo, promoveu eleições para a Assembléia Nacional Constituinte (ANC), onde as forças favoráveis a Chávez obtiveram maioria. Em seguida, a ANC produziria uma nova Constituição em substituição à Constituição de 1961. Chávez buscou conferir ao governo maior controle direto das receitas do petróleo, impondo maior controle partidário sobre as instituições governamentais e promovendo canais de participação direta aos cidadãos nas políticas públicas, por meio de plebiscitos, organizações comunitárias locais e programas sociais. Dentre as transformações com a nova constituição está à alteração do nome da Venezuela para República Bolivariana de Venezuela, reafirmando a base de seu discurso –que é Simón Bolívar. Tem-se também a transformação do poder legislativo de bicameral em unicameral, sendo sua instância máxima a Assembléia Nacional. Rafael Duarte Villa (2005:162) nos mostra que “dentre as críticas à nova constituição, destaca-se a excessiva concentração de poder nas mãos do presidente, que passou inclusive a ter o poder de legislar por meio da *lei habilitante* a respeito de qualquer matéria”. Diante dessas *leis habilitantes*, segundo Villa, surge uma radicalização no discurso da oposição e no discurso do governo, gerando um quadro de polarização social e política, em que a classe média, não via, com o governo Chávez, sinais positivos de recuperação de seu status e o alto padrão de vida socioeconômico dos anos 1970 e início dos anos 1980. A oposição ao governo Chávez constituiu-se em forças poderosas, englobando a maior parte do empresariado, dos sindicatos trabalhistas e dos meios de comunicação, além dos Estados Unidos.

A polarização entre governo e oposição intensificou-se ainda mais quando em 2002 ocorreu um golpe<sup>4</sup> de Estado contra o Governo Chávez em que a elite, o

<sup>4</sup> O Golpe de Estado de abril de 2002 contra o Governo Chávez fracassou com as massas impondo uma derrota as elites.

empresariado e os grandes meios de comunicação estavam envolvidos. Após o fracasso do golpe, Chávez buscou reconquistar o apoio do setor social médio por meio de uma linguagem de reconciliação nacional e de políticas públicas efetivas. No entanto, a possibilidade de conciliação com estes setores se tornara impraticável diante do grau de polarização político e social. (Villa, 2005). Neste contexto, as relações entre o presidente Chávez e os grandes meios de comunicação se tornaram extremamente polêmicas, constituindo-se em atores antagonônicos do processo político. Chávez passa a incentivar os meios de comunicação alternativos, bem como, promove a criação de meios estatais –como a criação da *Telesur* em 2005– com a finalidade de romper com o monopólio dos grandes meios de comunicação (especialmente o norte-americano) na Venezuela e de fortalecer um projeto de integração da América do Sul.

Como podemos notar o processo histórico e político da Venezuela, consiste em uma variável fundamental para compreendermos o perfil do presidente Chávez como comunicador. Avaliando tal contexto, torna-se interessante observar as estratégias comunicativas do presidente Chávez e como se dá sua comunicação com a sociedade e com os meios de comunicação.

## A comunicação em Chávez e suas estratégias discursivas

Como podemos observar o comunicar-se do presidente Chávez está intimamente ligado ao contexto histórico e político venezuelano desde o pacto de *Punto Fijo* até o seu advento a presidência. Segundo Romero, a comunicação de Chávez se enquadra em uma condição de mudança histórica dos valores, das crenças e das tradições da democracia venezuelana, construída a partir de 1958.

Assim, para compreendermos a comunicação em Hugo Chávez, nosso artigo centrará em três argumentos que estão intimamente interligados, quais sejam: 1. A comunicação de Chávez apresenta uma deslegitimação do passado e coloca sua figura como impulsionadora da mudança; 2. a prática comunicativa cria o sentido de nação para o coletivo; e 3. a comunicação se baseia numa relação de proximidade (presidente e povo-massa) e austeridade (presidente e oposição<sup>5</sup>).

### 1. O discurso enquanto destruidor da Velha Ordem

Esta prática comunicativa consiste no que podemos chamar de estratégia de legitimação da ação empreendida contra o *status quo*. Isto é, no discurso as crises político-sociais existentes no país são concebidas como uma conseqüência de decisões erradas tomadas no passado e, logo, é proposta uma mudança como saída à crise. Nesta prática comunicativa tem-se a deslegitimação do oponente, desqualificando os resultados de suas ações governamentais.

<sup>5</sup> Vale ressaltar que a oposição de Chávez é compreendida por grande parte empresariado, pelos grandes meios de comunicação e demais setores conservadores.

Nesse aspecto a prática comunicativa do presidente Chávez estabelece uma relação de conflito com os atores políticos tradicionais, ao mesmo tempo em que se apresenta como elemento justificativo para o desenvolvimento político. Aponta como causa da crise do sistema político venezuelano o modelo político dos últimos quarenta anos, colocando-se como o agente destruidor da velha ordem, no qual propõe uma mudança radical, marcada pela utilização do termo revolução.

Segundo Romero (2005:366), a prática discursiva é empregada como um elemento justificador do desenvolvimento político, que taxativamente implica numa relação conflitiva com os atores políticos tradicionais.

Nos discursos do presidente Chávez, essa prática comunicativa é bem visível quando o presidente faz referências aos atores políticos do Pacto do *Punto Fijo*, desqualificando suas ações políticas que levaram a crise da democracia venezuelana, apontando que houve uma perversidade do modelo de democracia implementado desde 1958. Chávez apontava em seus discursos a aversão aos partidos desacreditados –Ação Democrática e COPEI– e apontava o descuido destes partidos pela questão social, qualificando-os como antidemocráticos. Desta maneira, Chávez fazia o contraponto entre o passado *puntofijista*: apresentado como a negação da historicidade do projeto bolivariano –e o presente: marcado pelo significado de transcendência da “revolução bolivariana”. (Romero, 2005)

Podemos afirmar que tal prática discursiva constituiu em uma variável relevante para a legitimação da figura de Hugo Chávez na ascensão ao poder.

## 2. A comunicação e o campo simbólico afetivo

O discurso de Chávez em seu tom radical e as duras críticas dirigidas aos partidos tradicionais o colocou como o candidato que traria a mudança que tanto a população desejava. Isto é, como o candidato que romperia com o monopólio da classe política dominante e atualizaria a política na Venezuela, legitimando as instituições democráticas que estavam desacreditadas há duas décadas (1980 e 1990). Mas como Chávez reconstituiria a democracia na Venezuela e legitimaria as instituições que estavam desacreditadas por parte da população desde a crise do Pacto de *Punto Fijo*?

Segundo Rincón (2004:5), fazer democracia e atualizar a política na América Latina significa, na atualidade, produzir sentido de nação, propor um horizonte de esperança na qual todos os cidadãos de um país se encontrem. E, para produzir um sentido coletivo se faz necessário a utilização de um símbolo. Isto é, criar uma consciência coletiva emocional. E, neste campo do simbólico afetivo, a comunicação é a estratégia básica.

A esse respeito podemos verificar que na comunicação de Hugo Chávez a referência a um campo simbólico afetivo é permanente. A retórica de Chávez abrange um amplo leque ideológico, no qual menciona em seus discursos vários líderes da esquerda como Che Guevara, Fidel Castro, Eduardo Galeano, Rosa Luxemburgo, entre outros. No entanto, como já afirmamos a base de seu discurso é a figura de Simón Bolívar.

Logo, em seu breve discurso após o fracasso do levante de 1992, Chávez faz referência a Bolívar quando denomina o levante de 1992 de movimento militar bolivariano.

A partir dos conceitos de pátria, liberdade e revolução –criando uma idéia de heroicidade– Chávez populariza o culto a Bolívar e cria uma identidade histórica definida sob os preceitos bolivarianos, no qual dissemina para todo povo venezuelano seu “Projeto Bolivariano” e seu ideal de uma “Revolução Bolivariana” que coincide com um ideal antiimperialista. Assim, o uso dessas referências simbólicas - afetivas cria nos cidadãos uma identidade coletiva e, deste modo, se produz uma idéia de nação: a nação bolivariana da Venezuela. Estes elementos criam, assim, o que Rincón aponta como uma consciência coletiva emocional. Isto é, a referência a Simón Bolívar consiste exatamente no símbolo da nacionalidade venezuelana. Nas palavras de Villa:

*o uso estratégico dos símbolos da nacionalidade, com destaque para o uso do discurso e do legado bolivariano, adquire no projeto de Chávez certa singularidade. A figura de Bolívar permite que tal símbolo da nacionalidade venezuelana se transforme em uma espécie de fonte de legitimidade e de autoridade do ator político individual – Hugo Chávez. (Villa, 2005: 160).*

A utilização da figura de Simón Bolívar como o símbolo de nação da Venezuela permitiu a (re) formação de uma identidade coletiva no país, bem como, uma aceitação ao projeto político proposto por Chávez. No limite, a prática comunicativa composta por elementos simbólicos - afetivos se constituiu na Venezuela em um forte instrumento de ação política e social dirigido pelo presidente Hugo Chávez.

### 3. Comunicação: uma relação de proximidade e austeridade

Uma das estratégias ou o modo de comunicar do presidente Chávez é o personalismo e a informalidade que utiliza para expressar-se com a população em detrimento dos discursos formais, característico dos líderes anteriores. Este personalismo é um dos elementos que marca a relação de proximidade entre o presidente e o povo. Este último passa a ser apontado pelo presidente como o sujeito histórico, ativo e dinâmico, o que favorece a construção de uma base de apoio para estabelecer uma socialização política (Romero, 2005).

O povo no comunicar-se do presidente está impregnado de valores sociais positivos, de civilidade, de cidadania, que se traduz na identificação desse cidadão com o líder. Chávez traz a idéia de familiaridade no comunicar-se com o povo, apresentando uma relação intimista, de confiança. Essa relação com o povo implica na desmistificação do líder enquanto sujeito abstrato.

La personalización, es una demostración de confianza, de cercanía del presidente con el ciudadano, a través del cual se construye una imagen de un “presidente amigo”, próximo a todos y no contaminado por el poder, que contrasta con la típica formalidad del cargo; y por lo tanto, rompe con los rituales del ejercicio del poder en Venezuela. (Romero, 2005: 366).

Um exemplo –que mostra essa relação informal do presidente com seus ouvintes e adeptos– consiste nos discursos em que Chávez introduz aspectos de sua vida privada, manifesta sentimentos, desejos, aspirações e crenças ou quando em seu discurso identifica-se com elementos culturais venezuelanos, criando assim um efeito de proximidade.

Já a prática comunicativa estabelecida por Chávez com seus opositores é de distanciamento –manifestada através da violência verbal na interação com os partidos, a igreja, parte do empresariado e os grandes meios de comunicação. Neste caso, Chávez em vários momentos se refere aos seus opositores como traidores da Pátria ou como lacaios do presidente dos Estados Unidos - George W. Bush (Correa, 2007). E, claramente mostra seu antagonismo com os grandes meios de comunicação, os quais são intitulados de “perversos”. Chirinos (2007) aponta que há no discurso de Chávez uma estratégia de exclusão e marginalização do outro –isto é, da oposição.

A relação de proximidade (presidente e povo) e austeridade (presidente e oposição) identificadas no discurso do presidente Chávez é observada por Erlich (2005b) numa análise do discurso do presidente Chávez em seu programa semanal *Alô Presidente* –um programa interativo em que Chávez defende seu projeto político, criando um efeito de aproximação com seus seguidores, mas que também causa um efeito de distanciamento com seus opositores.

Segundo Erlich (2005), o funcionamento pragmático das marcas lingüísticas identificadas no programa *Alô Presidente*, apresenta um importante papel no desenvolvimento de um diálogo polarizado que dificulta as possibilidades de superar o conflito sócio-político. Chirinos (2007) aponta que há uma estratégia de polarização no discurso de Chávez à medida que se estabelece uma linha imaginária entre o presidente e seus adeptos de um lado e a oposição de outro.

Avaliando os discursos do presidente Chávez e sua fala no programa *Alô Presidente* é possível afirmar que a prática comunicativa do presidente Chávez está em função de seus interlocutores. Isto é, os recursos lingüístico-discursivos que são utilizados pelo presidente e os temas introduzidos no programa podem criar efeitos pragmáticos de proximidade e/ou inclusão ou distanciamento dependendo a quem fala o presidente.

## Considerações finais

A partir dos elementos trabalhados até aqui, podemos concluir que a prática comunicativa de Hugo Chávez, favorecida de certa forma pelo contexto histórico-político, constituiu-se em uma variável significativa para deslocar os atores tradicionais do cenário político, bem como para construir uma legitimidade do projeto político bolivariano de Chávez.

As estratégias comunicativas identificadas na comunicação de Hugo Chávez formaram conjuntamente uma hegemonia política na figura do presidente, na qual se traduziu no grande apoio das massas e na polarização político social presente em

seu governo. Em suma, o perfil comunicativo (informal, direto e provocador) de Hugo Chávez se constituiu em um diferencial nas relações –interna e externa– de poder.

### Referências Bibliográficas

Chirinos, Adriana e Cabeza, Lourdes Molero. “La imagen del Yo y del Otro: Construcción de identidades en los discursos de toma de posesión de los presidentes de Venezuela y Brasil”. In: *Boletín de Lingüística*, v. XIX, n. 27, Ene – Jun, 2007.

Correa, Carlos. *Los medios en las elecciones venezolanas del 2006. Pequeño inventario de la relación medios y elecciones*. Caracas, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net, 2007.

Erlich, Frances. “La relación interpersonal con la audiencia: el caso del discurso del presidente venezolano Hugo Chávez”. In: *Revista Signos*, v. 38, n. 59, Valparaíso, 2005a.

\_\_\_\_\_. “Características y efectos del discurso autocentrado en *Alô Presidente*”. In: *Boletín de Lingüística*, v. 24, jul – dic, 2005 b.

Márquez, Gabriel García. “O enigmático Hugo Chávez”. In: *Le Monde Diplomatique*, agosto, 2000. Disponível em: <http://diplouol.com.br/imprima1803>. Acessado dia 30/01/2008.

Rincón, Omar. *Comunicación Política en América Latina*. Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net, 2004.

Romero, Juan Eduardo. “Discurso político, comunicación política e historia en Hugo Chávez”. In: *Ámbitos*, n. 13-14, 2005.

Valente, Leonardo. “A Diplomacia Midiática do Governo Hugo Chávez”. In: *Revista Espaço Acadêmico*, n. 60, maio de 2006. Disponível em: [www.espacoacademico.com.br](http://www.espacoacademico.com.br), acessado dia 28/09/2006.

Villa, Rafael Duarte. “Venezuela: mudanças políticas na era Chávez”. In: *Estudos Avançados*, 19 (55), 2005.

### LOS 10 + DE LA COMUNICACIÓN DE HUGO CHÁVEZ

1. Utilização estratégica de símbolos de nacionalidade, com destaque para o uso do ideário de Simon Bolívar com a finalidade de criar um sentido de nação e identidade no povo venezuelano.
2. Duras críticas aos partidos tradicionais e utilização de sua imagem como impulsionador das mudanças e transformações na Venezuela frente ao modelo político dos últimos quarenta años (1958-1998).
3. Linguagem que abrange um amplo leque ideológico, com discursos carregados de referências a vários líderes da esquerda fazendo constante alusão à “Revolução Bolivariana” e à “construção do Socialismo do Século XXI”.

4. Defesa da integração Latino-americana.
5. Discurso anti-imperialista e anti-colonial.
6. Forte utilização de mecanismos de participação direta dos cidadãos nas decisões políticas, por meio de plebiscitos, organizações comunitárias locais e programas sociais.
7. Incentivo aos meios de comunicação alternativos e criação de meios estatais -como a criação da *Telesur* em 2005- com a finalidade de romper com o monopólio dos grandes meios de comunicação (especialmente o norteamericano).
8. Referência ao povo como sujeito carregado de valores sociais positivos, de civilidade e cidadania, instituindo uma relação intimista e de confiança com o povo.
9. Deslegitimação de seus opositores, manifestada através da violência verbal na interação com os partidos, a igreja, parte do empresariado e os grandes meios de comunicação privados.
10. Perfil comunicativo personalista, informal, direto e provocador.