As duas versões sobre Hugo Chávez: mídia e dualidade de poderes numa análise do Le Monde Diplomatique Brasil[1]

Patrícia Paixão de Oliveira Leite[2]
Raimunda Aline Lucena Gomes[3]
Universidade Federal de Pernambuco
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

RESUMO

Este artigo estuda as relações entre informação, política e ideologia, a partir do discurso do jornal mensal Le Monde Diplomatique Brasil sobre Hugo Chávez, tendo como foco a análise da capa veiculada um mês após a morte do presidente venezuelano, ocorrida em 5 de março de 2013. A capa da publicação traz uma versão "líder" e outra "ditador" de Chávez, estampando a dualidade de visões sobre o mesmo personagem. Nesse lastro discursivo, considera-se que Chávez reergueu a bandeira do socialismo e do antiamericanismo na América Latina, posicionando-se contra o neoliberalismo e a mídia privada nacional e internacional. Para dar suporte a esta observação científica, serão privilegiadas as teorias da Análise do Discurso, que ajudarão a desvendar os ditos e os não-ditos na capa. O artigo também reflete sobre a instituição mídia, com suas filiações e sentidos.

PALAVRAS-CHAVE: Hugo Chávez; informação; política; ideologia; instituição mídia.

Introdução

A primeira década do século XXI marcou a História da América Latina pela ascensão ao poder de governantes vinculados a partidos políticos considerados de esquerda e centro-esquerda. Foi o caso de Luiz Inácio Lula da Silva, no Brasil; Rafael Correa, no Equador; Evo Morales, na Bolívia; Cristina Kirchner, na Argentina; e Hugo Chávez, na Venezuela. No final da década, o curso traçado por esses países, sobretudo a Venezuela de Chávez, reconfigura a geopolítica do continente americano com a criação da União de Nações Sul Americanas – a Unasul, constituída em março de 2008, congregando os doze países da América do Sul.

Esse novo cenário não emerge apenas no campo político, mas também no econômico, social e cultural. No caso específico da Venezuela, Argentina, Equador, Bolívia

[1]Trabalho apresentado no DT8 Estudos Interdisciplinares - GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/09/2013.
[2]Doutoranda/PPGCOM/UFPE. Bolsista Propesq/UFPE. Pesquisadora do Núcleo de Estudos e Ações sobre Democracia e Direitos Humanos da UFPE. (pia_paixao@hotmail.com).
[3]Professora do curso de Comunicação Social da UFRN. Doutoranda/PPGCOM/UFPE. Pesquisadora do Núcleo de Estudos e Ações sobre Democracia e Direitos Humanos da UFPE. (aline.lucena@gmail.com).

e Uruguai, as mudanças conjunturais impostas pelas novas políticas públicas atingiram fortemente o modelo hegemônico das mídias eletrônicas tradicionais (os serviços de radiodifusão), exploradas por empresas privadas com fins lucrativos, via concessões públicas outogardas pelos poderes executivo e legislativo. Por meio da aprovação de novos marcos regulatórios, esses países estabeleceram critérios inovadores de distribuição do espetro eletromagnético, ampliando a participação público-estatal e público-comunitária.

A liderança, sem dúvida, é ocupada pelo então governo de Hugo Chávez, principalmente após o fracasso do golpe de Estado em 2002. Chávez assumiu definitivamente o discurso de um novo socialismo latino-americano, anti-imperialista, antineoliberal e anticapitalista, com direção certa: os Estados Unidos da América. A bandeira do Chavismo fez planar novamente o discurso da unidade e da emancipação regional, em busca de uma América Latina livre dos grilhões do colonizador contemporâneo: o mercado estruturado no capital financeiro transnacional e imaterial. E como bem coloca Galeano (2012):

> Há muita podridão para lançar ao mar no caminho da reconstrução da América Latina. Os despojados, os humilhados, os amaldiçoados, eles sim têm em suas mãos a tarefa. A causa nacional latino-americana é, antes de tudo, uma causa social: para que a América Latina possa nascer de novo, será preciso derrubar seus donos, país por país. Abrem-se tempos de rebelião e de mudança. Há quem acredite que o destino descansa nos joelhos dos deuses, mas a verdade é que trabalha, como um desafio candente, sobre as consciências dos homens. (GALEANO, 2012, p. 345-346)

Por sua vez, a principal arma dos opositores de Chávez vem sendo a palavra, a informação via mídias massivas, aproveitando o favorável sistema midiático da região, pertencente a poucos grupos empresariais, a oligarquias econômicas com raízes históricas fincadas nas oligarquias políticas. Daí um outro discurso circula rapidamente, erguendo a imagem da "ópera bufa zapatista", do "pilantra vulgar", "do mundo primitivo, anterior à democracia e ao indivíduo", "do sujeito abertamente antissemita", do "Mussolini com bananas", da Venezuela como "a caricatura mais acabada do ultraliberalismo sem lei" (Le Monde Diplomatique Brasil, 2013, p. 5).

> Independentemente da fantasia excêntrica segundo a qual as "elites dirigentes" da América do Sul seriam hostis à autocracia, as mídias anglo-saxônicas sempre consideraram Chávez um palhaço que servia apenas para provocar escândalos, arruinar a economia, sabotar as eleições e desrespeitar os direitos humanos. Associá-lo a um tirano "profundamente antidemocrático" (*Daily Beast*, 7 mar. 2013) era, para elas, uma evidência. (RENDALL, 2013, p. 9)

Em contraponto, o líder venezuelano identificou rapidamente a necessidade de criar canais de comunicação e disseminação de informação, que vocalizassem o discurso governamental de integração política, social, econômica e cultural latino-americana, em detrimento dos interesses neoliberais do norte desenvolvido. Além de aprovar uma nova Constituição e uma nova Lei de Comunicação, cancelou concessões de TV com dívidas tributárias, liberou canais abertos estatais e, em âmbito continental, criou a primeira televisão multiestatal da América Latina, a Telesur[4]. Dênis de Moraes (2011) avalia que

> A reação possível e desejável consiste em valorizar a produção informativa, as artes e o patrimônio cultural como partes da continuidade identitária que permite a expressão das diferenças e a participação individual e coletiva na vida social. Implica questionar e recusar o monopólio privado da mídia e a concepção neoliberal de cultura como negócio competitivo e rentável. Toarnam-se essenciais a discussão e a fixação de critérios e parâmetros de interesse social para a definição das linhas gerais de programação das empresas concessionárias de rádio e televisão, bem como a renovação de marcos regulatórios para as outorgas de canais; a descentralização dos meios de veiculação; o fomento ao aidiovisual independente; o estabelecimento de cotas de produção, distribuição e exibição de conteúdos nacionais nos cinemas e nas televisões aberta e paga; e a integração cultural em bases cooperativas e não mercantis. (MORAES, 2011, p. 62 – 63)

A dualidade de poderes forjada pela mídia, seja aquela a serviço dos interesses privados ou dos interesses governamentais, extirpa a possibilidade de uma olhar dialético sobre o cenário político/comunicacional da América Latina e evidencia a presença incontestável da ideologia, não apenas como visão de mundo, mas como consciência falsa, apreensão invertida do real, apagamento do movimento dinâmico do real. E uma dessas visões dualistas é justamente sobre a imagem do próprio Hugo Chávez. Este aparece inscrito "na tradição dos caudilhos (El País, 10 mar.)" (RENDALL, 2013, p. 8); ou discursa no rádio[5] afirmando que "não se pode aceitar a usurpação de funções pelos meios de comunicação que funcionam como partidos políticos e o negam, que operam como grupos de pressão e o negam, cujas linhas editoriais não provêm dos que trabalham neles, isto é, os jornalistas, e sim de seus donos, uma família ou um grupo econômico." (MORAES, 2011, p. 61)

[4]É financiada pelos governos da Venezuela (51% das cotas), Argentina, Bolívia, Cuba, Equador, Nicarágua e Uruguai. No ar desde 2005, a "rede de televisão do sul", com sede em Caracas, na Venezuela, define-se como um meio de comunicação latino-americano "com vocação social orientado a liderar e promover os processos de união dos povos do sul, [...] um espaço e uma voz para a construção de uma nova ordem comunicacional".Disponível em: http://www.Telesurtv.net/noticias/canal/index.php; Acesso em: 12/09/2010.
[5] Programa radiofônico *Alô Presidente.* (MORAES, 2011, p.61)

O presente estudo pretende justamente refletir sobre essas relações entre informação, política e ideologia no discurso do jornal mensal Le Monde Diplomatique Brasil sobre Hugo Chávez, a partir da análise da capa da publicação, veiculada um mês após a morte do venezuelano, ocorrida em 5 de março de 2013. Nesse campo discursivo midiático, o Le Monde Diplomatique problematiza o dualismo construído, em vida e após a morte do personagem Chávez.

O Le Monde Diplomatique Brasil é um jornal mensal, lançado em mídia impressa e eletrônica nos anos de 1999 e 2007, respectivamente[6]. Trata-se da versão brasileira do original francês Le Monde Diplomatique, publicado em 25 idiomas, com tiragem de 2,4 milhões de exemplares, "uma publicação fundamental para estimular o pensamento crítico, a reflexão e o debate de temas prementes da sociedade."[7]. Há seis anos em território nacional, já soma 71 edições. O site da versão brasileira ainda o define como:

> [...] uma referência mundial para indivíduos, movimentos e organizações que buscam transformações sociais e humanas e discutem alternativas ao *status quo*. Suas páginas trazem à luz questões altamente relevantes, muitas vezes negligenciadas pela grande imprensa, contribuindo para a crítica ao pensamento único e para a construção de novos paradigmas. [...] Com independência político-econômica, autonomia editorial e densidade analítica, *Le Monde Diplomatique Brasil* é uma publicação apartidária, pluralista e democrática, que busca ocupar um espaço que não foi até agora devidamente contemplado pelo jornalismo brasileiro. Para orientar sua linha de atuação, o jornal criou um Conselho Editorial de renomados jornalistas e especialistas de diferentes áreas, buscando expressar múltiplos olhares sobre a conjuntura, estabelecer o contraditório, explicitar as diferenças e concordâncias em torno de uma agenda que procura aprofundar a democracia e a eqüidade no Brasil e no mundo. [...] A edição brasileira beneficia-se também de análises vindas de fora, não apenas da França como das demais edições do jornal. É importante ressaltar que não se trata de uma publicação noticiosa, voltada à cobertura dos fatos correntes, mas de uma publicação reflexiva, que busca identificar, para além dos fatos, os cenários maiores que lhes conferem sentido e inteligibilidade.

Das 71 edições do Le Monde Diplomatique Brasil, Chávez foi capa de duas. Em dezembro de 2007, acompanhado de outros presidentes da América do Sul, como Luiz Inácio Lula da Silva, Rafael Correa, Evo Morales, Daniel Ortega, Michelle Bachelet e Cristina Kirchner; e em abril de 2013, na capa em análise. No entanto, temas relacionados à América Latina e à Venezuela, direta ou indiretamente, são pautas constantes do periódico. Em pesquisa realizada pelo buscador do site, a partir da palavra Venezuela, foram

[6]Em 2007 a versão impressa passa a ser editada pelo Instituto Polis, que também inicia a edição eletrônica a partir de 2010. Disponível em: http://www.diplomatique.org.br/quem_somos.php; acesso em: 01/07/2013.
[7]Disponível em: http://www.diplomatique.org.br/quem_somos.php; acesso em: 01/07/2013.

encontrados 287 resultados.[8] Portanto, embora a Venezuela seja um tema frequente, inserido ou não em abordagens mais gerais sobre a região América Latina, a personificação em Chávez não é um caminho editorial percorrido pelo jornal. Fica evidente a importância da região e não apenas dos seus governos e personagens. Observa-se, dessa forma, um enfoque mais aprofundado do contexto latino-americano, que, diga-se, destoa da maioria das publicações impressas da mídia tradicional.

Diante dessa interface entre informação, política e ideologia, que permeia as análises sobre a mídia e suas estratégias, é pertinente adotar o aparato teórico da Análise do Discurso. Para os estudos desse campo teórico, é fundamental entender o discurso do sujeito a partir do seu "lugar de fala". Nessa perspectiva, foi central para este trabalho, desde a escolha do *corpus* e do personagem a ser estudado, comprender o contexo latino-americano e o midiático, sobretudo pelo viés crítico e dialético. Até porque a capa da Le Monde Diplomatique Brasil analisada traz dois discursos sobre o mesmo protagonista – o personagem Hugo Chávez.

> Uma das grandes contribuições da análise do discurso para o estudo de texto é articular o linguístico ao sócio-histórico, este entendido como exterior constitutivo daquele. Isso significa que a exterioridade se inscreve no próprio texto e não como algo que está fora e se reflete nele. Assim, na materialidade do discurso, exibe-se a articulação da língua com a história. (GREGOLIN; BARONAS, 2001, p.109).

Direito à comunicação e poder na América Latina

O direito à liberdade de expressão ampliado ao direito humano à comunicação implica ressignificar modelos de políticas e sistemas de comunicação, e determina uma forma específica de distribuição e uso da propriedade dos meios de comunicação de massa, além de demandar a garantia do fluxo livre e diverso da informação. Essa passagem acontece com a incorporação da dimensão coletiva da comunicação e, sobretudo, pela garantia de participação das diversidades políticas, econômicas, sociais e culturais no processo de produção e difusão da informação e do conhecimento (HAMELINK, 2005, p. 143).

A Corte Interamericana de Direitos Humanos reconhece que a liberdade de expressão não é apenas o reconhecimento teórico do direito, mas compreende principalmente o direito de "fundar e utilizar qualquer meio apropriado para difundir o pensamento e fazê-lo chegar ao maior número de pessoas" (OEA, 2009, p. 393). Estabelece

[8] Disponível em: http://www.diplomatique.org.br/busca.php?palavra=Venezuela&pagina=1; acesso em: 01/07/2013.

também que são as mídias de massa "que servem para materializar o exercício da liberdade de expressão, de tal modo que suas condições de funcionamento devem adequar-se aos requerimentos dessa liberdade" (OEA, 2009.p. 207). E acrescenta a indelével urgência em proibir o monopólio dessas mídias.

A realidade histórica da comunicação e da informação nos países da América Latina, em destaque os integrantes da Unasul, demonstra movimento contraditório à efetivação desses direitos: hegemonia do modelo privado com fins lucrativos de exploração dos serviços públicos de radiodifusão e concentração de canais de TVs e emissoras de rádio nas mãos de poucos proprietários. Esse é um traço marcante do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa em toda América Latina, cujo controle absoluto está nas mãos de algumas famílias (MORAES, 2009, p. 110), desenvolvendo, como acontece no Brasil, as concentrações horizontal, vertical, de propriedade cruzada e monopólio em cruz (LIMA, 2004).

> Ainda quando a globalização não seja em modo algum inovadora, sendo característica estrutural do modo de produção, é verdade que a maior integração de mercados acelerada pela revolução tecnológico-comunicacional leva a introduzir novamente a relação das relações entre países no sistema mundial, particularmente entre centro e periferia. (GAITÁN, 2011, p. 77)

Portanto, a história latino-americana de desigualdade econômica e social, de atrofiamento político, de aniquilamento da democracia participativa e de invisibilidade cultural é indivisível, interdependente e correlacionada à história da comunicação e da informação via meios massivos. Confunde-se com a história da opressão simbólica exercida pela negação da palavra ao povo da América Latina. À violação dos direitos à liberdade de expressão, à comunicação e à informação somam-se outras inúmeras violações de direitos humanos.

> É a América Latina, a região das veias abertas. Do descobrimento aos nossos dias, tudo sempre se transformou em capital europeu ou, mais tarde, norte-americano, e como tal se acumulou e se acumula nos distantes centros de poder.Tudo: a terra, seus frutos e suas profundezas ricas em minerais, os homens e sua capacidade de trabalho e de consumo, os recursos naturais e os recursos humanos. [...] Para os que concebem a História como uma contenda, o atraso e a miséria da América latina não são outra coisa senão o resultado de seu fracasso. Perdemos; outros ganharam. Mas aqueles que ganharam só puderam ganhar porque perdemos: a história do subdesenvolvimento da América Latina integra, como já foi dito, a história do desenvolvimento do capitalismo mundial. (GALEANO, 2012, p. 18)

De acordo com Florestan Fernandes (1975), a situação de dependência da América Latina em relação ao mundo eurocêntrico e norte-americano tem raízes profundas, que

nascem dos processos e modelos de colonização da região, especialmente "com a 'Conquista' – espanhola e portuguesa - e adquiriu uma forma mais complexa após a emancipação nacional daqueles países"(FERNANDES, 1975, p. 11). Ou seja, o formato de colonização "experimentado por quase todas as nações latino-americanas durante pelo mesmo três séculos foi construído de acordo com os requisitos econômicos, culturais e políticos do assim chamado 'antigo sistema colonial'"(FERNANDES, 1975, p. 13). Mesmo porque:

> Considerada sociologicamente, a América Latina defronta-se com dois grandes problemas. O primeiro é a nova forma de imperialismo e a sua difusão sob a hegemonia de uma superpotência capitalista, os Estados Unidos. O outro consiste em como enfrentar o imperialismo, na época das grandes empresas corporativas e da dominação implacável por parte de uma nação americana, dadas as debilidades econômicas, socioculturais e políticas predominantes, mesmo nos países mais avançados da região." (FERNANDES, 1975, p. 12)

Entre essas "empresas corporativas" citadas por Florestan Fernandes estão as que integram a mídia tradicional, as que acompanham potencialmente o processo de mercantilização das sociedades, engendrados pela industrialização dos fluxos de informação e conhecimento, bem como pela globalização imaterial do capital financeiro. O capitalismo neoliberal da segunda metade do século XX instrumentaliza o processo informacional em detrimento da comunicação, tornando hegemônica a sua dimensão tecnicista em prejuízo da sua dimensão emancipatória política, social e cultural. Nesse percurso, o discurso ideológico, via informação midiatizada, assume um lugar preponderante.

> A produção das ideias, das representações e da consciência está, a princípio, direta e intimamente ligada à atividade material e ao comércio material dos homens; ela é a linguagem da vida real. As representações, o pensamento, o comércio intelectual dos homens aparecem aqui ainda como se apresenta na linguagem da política, na das leis, da moral, da religião, da metafísica etc, de todo um povo. São os homens que produzem suas representações, suas ideias etc, mas os homens reais, atuantes, tais como são condicionados por um determinado desenvolvimento de suas forças produtivas e das relações que elas correspondem, inclusive as mais amplas formas que estas podem tomar. [...] E, se, em toda a ideologia, os homens e suas relações nos aparecem de cabeça para baixo como em uma câmara escura, esse fenômeno decorre de seu processo de vida histórico.[ ] (MARX, ENGELS, 2007, p. 18-19).

Ainda longe de ser considerada como um direito humano, a comunicação segue como fonte de opressão e silenciamento de vozes latino-americanas. É frequente verificar, por meio de estudos e pesquisas científicas, o atrelamento e filiação da mídia tradicional aos chamados "donos do capital". Dessa forma, a América Latina e seus líderes têm a sua

imagem desconstruída sistematicamente pelos veículos da mídia, seguindo uma ordem de discurso de desqualificação das posições antiamericanas e antineoliberais. Vê-se aqui, nesta análise do Le Monde Diplomatique Brasil, o contraponto ao lugar comum dos veículos de massa. E, mais que isso, observa-se que há estratégias discursivas de uma abordagem mais analítica do que ideológica (segundo o conceito forte de ideologia, de acordo com a obra marxiana).

No entanto, na abordagem deste artigo, tem-se como ponto de partida que não há neutralidade no processo de noticiabilidade pelos meios de comunicação. A própria seleção de assuntos é direcionada por alguma intencionalidade. Sobretudo porque a mídia tem as suas filiações – seja a grupos econômicos, intelectuais, políticos, religiosos, entre outros. A capa do Le Monde Diplomatique Brasil sobre Hugo Chávez, como está sendo observado na análise em tela, é um exemplo disso.

> Todos os dias chegam às redações dos grandes meios umas 4.000 notícias. Como decidem o que nos vão informar sobre cada região do mundo? Por que algumas vezes aparecem notícias contraditórias e, em outras, todos se repetem de forma monocórdica? A seleção das notícias é o argumento mais contundente para recordar que não existe a neutralidade informativa. (SERRANO, 2009, p. 26).

Análise da capa do Le Monde Diplomatique Brasil: "Ditador, ~~O Líder~~ Popular"

A capa do Le Monde Diplomatique Brasil (Número 69, Ano 6, Abril de 2013) traz um forte apelo imagético, ao expor as duas versões de discursos correntes acerca do venezuelano Hugo Chávez. Sobre a fotografia do personagem, rabiscos de tinta preta simulando um outro Chávez: uma figura sobreposta à imagem real. É como se fosse o Chávez do sentido "verdadeiro" (o da foto), sorridente e leve, retratado em primeiro plano; e o Chávez como é "pintado" (pela mídia?) – este demoníaco, de chifres na testa, dentes caninos pontiagudos, grossas sobrancelhas espetadas, bigode e cavanhaque bizarros compondo a imagem de cão. Como se não bastasse, a capa estampa a manchete em letras maiúsculas: O LÍDER POPULAR. Mas a expressão ~~O LÍDER~~ aparece riscada, sendo substituída pela palavra DITADOR, com as mesmas marcas e traçados da tinta que fez os desenhos na fotografia do venezuelano, passando a ideia de uma intervenção à mão, ou seja, uma manipulação da imagem real, que sofreu mudanças após ser impressa.

Os discursos são ressignificados nessa composição de capa, mas é mesmo próprio do discurso retomar outros discursos, outros textos, outras vozes. "Todo texto constrói-se, assim, 'como um mosaico de citações, todo texto é absorção e transformação de um outro texto."(KRISTEVA apud FIORIN, 2006, p. 163). Assim, "o discurso (o texto) é um cruzamento de discursos (de textos) em que se lê, pelo menos, um outro discurso (texto)." (KRISTEVA apud FIORIN, 2006, p. 163). Até porque "O novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta."(FOUCAULT, 2006a, p. 26). Essa interdiscursividade está presente na comunicação humana, sobretudo nos textos jornalísticos. Há sempre o já-dito nos enunciados, mas há também o não-dito – o sentido que está submerso o discurso.

> O interdiscurso determina a formação discursiva. E o próprio da formação discursiva é dissimular na transparência do sentido, a objetividade material contraditória do interdiscurso que a determina. Essa objetividade material contraditória reside no fato de que algo fala sempre antes em outro lugar e independentemente. O interdiscurso é irrepresentável. Ele é constituído de todo dizer já-dito. Ele é o saber, a memória discursiva.[...]Para que uma palavra tenha sentido é preciso que ela já faça sentido (efeito do já-dito, do interdiscurso, do Outro). A isso é que chamamos historicidade na análise de discurso.[...](ORLANDI, 2006, p. 18)

Enfrentam-se - na capa analisada - dois discursos midiáticos que comumente vinham se contrapondo ao longo da História política de Chávez como presidente da Venezuela: o do líder popular (assim referenciado pela mídia estatal venezuelana); e o do ditador popular (pela mídia privada da Venezuela e de outros países). Na capa estudada, o líder popular

aparece sorridente, simpático, com olhar receptivo ao encontro do leitor. Carrega consigo a cor vermelha da esquerda, na imagem ao fundo da capa. Já a materialidade textual, expõe em letras do padrão gráfico impresso a expressão LÍDER POPULAR, mostrando que essa é a versão "oficial" da publicação. O que vem escrito, riscado ou desenhado sobre as palavras e imagem simula uma manipulação. A manipulação da imagem do presidente venezuelano. O líder popular que está sobre o fundo vermelho é o ícone esquerdista latino-americano, que lutou para reavivar as bandeiras antiamericanas, que rompeu radicalmente com as diretrizes neoliberais, nacionalizando recursos naturais, como o petróleo, estatizando serviços essenciais, sobretudo os serviços públicos de comunicação. Esse é o discurso que ocupa hegemonicamente os artigos, matérias e reportagens internas do Le Monde Diplomatique Brasil nesta capa referente à Venezuela de Hugo Chávez.

Já para referenciar o discurso do ditador popular, a representação da imagem é uma mistura diabólica e vampiresca, trazendo ainda estereótipos da simbologia dos ditadores, como o bigode e as sobrancelhas marcadas. Esse é o discurso externo ao jornal, presente sistematicamente nas mídias privadas comerciais. O ditador que expulsou empresas internacionais do país, descumprindo acordos estabelecidos antes do seu governo, disseminou o ódio em relação aos países desenvolvidos, sobretudo aos Estados Unidos, restabeleceu acordos econômicos e iniciou diálogos com países às margens da geopolítica predominante e das relações diplomáticas, como Cuba e Irã. O ditador popular que violou a liberdade de imprensa e de expressão da mídia privada comercial, cancelando concessões e criando um marco regulatório favorável à estatização das comunicações, em detrimento de um mercado livre e privado de meios. E esse discurso midiático não é novidade.

> [...]Presa ao instante, essa fala política midiatizada privilegia a astúcia verbal e o fim das grandes narrativas como exigência das práticas discursivas dos aparelhos audiovisuais de informação. São as técnicas de comunicação de massa aplicadas ao discurso político que, homogeneizado, torna-se um produto de consumo. Adotam-se estilos da vida cotidiana, da vida privada por meio do agenciamento da gestualidade, pois o corpo torna-se recurso central dessa linguagem de aparência que é a teatralização do político. Essa nova maneira de produzir a cultura por meio do espetáculo leva à invisibilidade das massas, suplantadas pela visibilidade do homem- público. Essa massa desaparecida exige mudanças no regime de produção dos enunciados e dos gestos da eloquência política. Instala-se uma distância próxima e uma proximidade longínqua. Políticos oscilam entre heróis de novelas e mercadorias à venda. (GREGOLIN, 2003, p. 13)

A capa do Le Monde reconhece a dualidade edificada sobre a imagem do personagem Hugo Chávez e a problematiza como informação histórica fundamental e

necessária ao processo de construção social e à compreensão crítica da realidade política, econômica, cultural e midiática na América Latina. Mas faz também a defesa direta, na capa, do "líder popular", embora nos textos internos exponha as contradições desse legado. O fato de assumir na construção da capa um dos discursos não vincula a publicação a uma abordagem ideológica, no que concerne a uma visão descontextualizada e a-histórica do real, a saber, de uma imagem invertida e que desconsidera o movimento dialético do real. Quando explicita o discurso dualista sobre Chávez, o Le Monde está, justamente, provocando o leitor a pensar dialeticamente sobre as relações entre os meios de comunicação de massa, o fluxo de informações, a política e a ideologia na América Latina, a partir do lastro anti e pró-Chávez. Foucault diria que é uma tentativa da publicação analisada de sair da ordem do discurso estabelecida pela instituição mídia. Há uma metalinguagem embutida no discurso.

> E a instituição responde: 'Você não tem porque temer começar; estamos todos aí para lhe mostrar que o discurso está na ordem das leis; que há muito tempo se cuida de sua aparição; que lhe foi preparado um lugar que o honra mas o desarma; e que, se lhe ocorre ter algum poder, é de nós, só de nós, que ele lhe advém.

Embora não seja o foco principal desta análise, é pertinente observar as matérias, títulos e chamadas das reportagens e artigos internos do jornal em tela. Primeiro, o tema da capa gerou uma grande seção de oito páginas, sob o rótulo de "Dossiê Venezuela". O curioso é que duas páginas são ocupadas com uma reportagem sob o título "Para as mídias, um homem a eliminar", reforçando o caráter metalinguístico da abordagem. Essa matéria (páginas 8 e 9) é assinada por Steve Rendall, membro do observatório da imprensa norte-americano Fairness & Accuracy in Reporting. Um dos intertítulos da matéria diz: "As mídias anglo-saxônicas sempre consideraram Chávez um palhaço que servia apenas para arruinar a economia, sabotar as eleições...".

A reportagem da página 8 começa dizendo que na morte de Hugo Chávez o New York Times publicou na sua primeira página: "O chefinho venezuelano Chávez morreu"; enquanto o Times escreveu: "Morte de um demagogo". Já a ABC World News sentenciou: "primeiro dia em que o povo venezuelano deixou de viver sob o jugo do seu presidente". Isso para citar apenas algumas transcrições da mídia tradicional pós-morte do político. E o Le Monde trouxe essas citações midiáticas com forte tom de crítica. Tanto que, para finalizar a matéria, Steve Rendall (2013, p. 9) escreveu:

> Por que tanta fúria para fazer a democracia bolivariana parecer uma desoladora ditadura? Por vínculo com o modelo democrático ocidental? Se fosse o caso, os jornais norte-americanos, começando pelo New York Times, não teriam aplaudido com fervor o golpe de Estado de 2002 e se preocupariam mais com a corrupção que suja o sistema eleitoral de seu próprio país. É por uma preocupação com os direitos humanos? Nessa hipótese, os jornalistas teriam consagrado boa parte dos catorze anos de presidência de Chávez para denunciar regimes muito mais condenáveis que o da Venezuela, incluindo muitos aliados dos Estados Unidos.

Há, assim, a política dos políticos e a política da mídia, que podem ser discursos coincidentes ou divergentes, não de forma linear ou pura. Mas com fissuras, ressignificações, novas narrativas, gêneros diferenciados, estilos e formatos. Quando se utiliza o discurso, está instalado um espaço de disputa. A mídia faz parte da disputa política na sociedade. As estratégicas, conscientes ou inconscientes, refletem o lugar de fala da instituição ao qual o discurso está filiado.

> "O governo da palavra não é tudo na política, mas a política não pode agir sem a palavra: a palavra intervém no *espaço de discussão* para que sejam definidos o ideal dos fins e os meios da ação política; a palavra intervém no *espaço de ação* para que sejam organizadas e coordenadas a distribuição das tarefas e a promulgação das leis, regras e decisões de todas as ordens; a palavra intervém no *espaço de persuasão* para que a instância política possa convencer a instância cidadã dos fundamentos de seu programa e das decisões que ela toma ao gerir os conflitos de opinião em seu proveito". (CHARAUDEAU, 2006, p. 21)

Considerações Finais

Um primeiro ponto que salta nesta análise da capa do jornal Le Monde Diplomatique Brasil é o reconhecimento da força e legado de Hugo Chávez para o processo de emancipação da América Latina. Aparentemente ambíguos na transparência discursiva, imagem e texto de capa refletem a tentativa de colocar o presidente venezuelano e a América Latina no lugar que lhes é devido no cenário político internacional: de força política emergente. Ou seja, na opacidade do discurso da capa, o Hugo Chávez "real" e "verdadeiro" é o que está na imagem não manipulada pelos riscos de tinta preta. Até porque há uma valorização do tema Hugo Chávez, ao colocá-lo em fotografia ampla e em primeiro plano na capa da publicação. A linha editorial preocupou-se em enaltecer a sua história, trajetória e legado.

Outra reflexão pertinente é acerca do recurso de metalinguagem utilizado. A publicação enfoca a própria mídia – que, diga-se, é também o seu lugar de fala – criticando-a pelas abordagens tendenciosas contra o discurso chavista. Não é exagero dizer que a

manipulação construída pelos rabiscos de tinta preta na capa refere-se à manipulação elaborada pela própria mídia, ao noticiar a Venezuela e o seu presidente morto. Essa observação é reforçada por uma das matérias internas da reportagem de capa, intitulada "Para as mídias, um homem a eliminar", trazendo trechos de matérias da imprensa mundial "comemorando" a morte de Chávez em março de 2013. Ao que parece, a grande inspiração da revista foi mesmo contrapor um discurso midiático em curso, de desconstrução da imagem de Chávez pela mídia do mundo eurocêntrico e norte-americano.

É preciso destacar, ainda, que quando se fala da instituição mídia se reporta a suas filiações com o capitalismo e toda uma construção histórica de aniquilamento político, econômico, social e cultural da América Latina, com grande reforço dos processos de colonizações e ditaduras que atingiram esses países do sul, ironicamente chamados de "periféricos". E a história da comunicação está imbricada a essa trajetória. A comunicação, aliás, contribuiu (e contribui) com a opressão simbólica, ao negar voz e vez aos povos dos países latino-americanos. Longe do dialogismo, o discurso midiático procura ser hegemônico, não apontando as diversidades de vozes.

Mas, diante da presente análise, observa-se que o Le Monde Diplomatique Brasil é fiel ao seu slogan "Um novo olhar sobre o mundo. Um novo olhar sobre o Brasil", tentando sair do lugar comum do discurso da mídia, mostrando - como reflete a capa - duas versões para a análise. Embora deixe claro qual a versão que acredita, qual é o seu lugar de fala. A diversidade está ali para o leitor escolher a versão dele.

Referências

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2006.

FERNANDES, Florestan. **Capitalismo dependente e classes sociais na América Latina.** 2º Edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

FIORIN, José Luiz. Interdiscursividade e intertextualidade. In: BRAIT, Beth (org). **Bakhtin:** outros conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2006.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso.** (Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1070). São Paulo: Edições Loyola, 2006a

GAITÁN, Flavio. **O desenvolvimento esquivo e as tensões do desenvolvimentismo – Reflexões sobre a América Latina.** In: BOSCHI, Renato R. (org.). **Variedades de Capitalismo, política e desenvolvimento na América Latina.** Belo Horizonte: Humanitas/UFMG, 2011.

GALEANO, Eduardo H. **As Veias Abertas da América Latina.** Porto Alegre: L&PM, 2012.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso e mídia:** a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz: 2003.

GREGOLIN, Maria do Rosário e BARONAS, Roberto. (Orgs.). **Análise do Discurso:** as materialidades do sentido. São Carlos: Claraluz, 2001.

HAMELINK, C.J. Direitos Humanos para a Sociedade da Informação. In: MARQUES DE MELO, José; SATHLER, Luciano (Orgs.). **Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação**. São Bernado do Campo: UMESP, 2005.

LE MONDE DIPLOMATIQUE BRASIL. **Ditador, O Líder Popular.** Ano 6/ número 69/Abril de 2013. São Paulo: Instituto Polis, 2013.

LIMA. Venício A.D. **Mídia, Teoria e Política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

MORAES, Dênis. **A Batalha da Mídia.** Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.

_____. **Vozes Abertas da América Latina:** Estado, políticas públicas e democratização da comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2011.

OEA. **Informe Anual de La Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2009:** Informe de La Relatoría Especial para La Libertad de Expresión. OEA/Ser.L/V/II. Doc. 51.

ORLANDI, Eni. **Discurso e Textualidade**. Campinas(SP): Pontes, 2006.

RENDALL, Steve. Para as mídias, um homem a eliminar**.** In. LE MONDE DIPLOMATIQUE BRASIL. **Ditador, O Líder Popular.** Ano 6/ número 69. São Paulo: Instituto Polis, 2013.

SERRANO, Pascual. **Desinformación:** Cómo los médios ocultan el mundo. Barcelona: Ediciones Península, 2009.