



## **Análise das relações entre mídia e política através do documentário “A revolução não será televisionada”<sup>1</sup>**

Juliana ARANTES<sup>2</sup>  
Rosemary SEGURADO<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP

### **Resumo**

A presente pesquisa busca a elucidação da maneira como a mídia hegemônica manipula fragmentos da realidade com o objetivo de formar uma opinião pública favorável aos seus interesses, através da interferência política. Tendo como base o documentário *A revolução não será televisionada*<sup>4</sup>, este estudo visa à análise do discurso e das características da grande mídia, bem como formas de se competir com ela através de meios alternativos e plurais de contrainformação.

**Palavras-chave:** Venezuela; golpe de Estado; contrainformação; documentário.

### **Introdução**

O artigo a seguir é fruto de uma pesquisa de iniciação científica, ainda em andamento, desenvolvida na PUC-SP, e procura estabelecer uma relação entre mídia e política a partir do documentário *A revolução não será televisionada*.

O gênero fílmico documentário é entendido, no senso comum, como um retrato fidedigno da realidade fenomênica. Atribui-se a ele a enunciação da verdade, tendo em vista seu modo de produção: discurso sobre o real, registro *in loco* e caráter autoral. A autenticidade do que é retratado é garantida pela espontaneidade, utilização de cenários naturais e imagens de arquivo.

De acordo com as categorias de documentário proposta por Bill Nichols (2004, p. 48) O filme *A revolução não será televisionada* pode ser classificado como autorreflexivo: as passagens observacionais mescladas com entrevistas e a presença da voz do diretor com intertítulos, evidencia o caráter de re-representação da realidade do documentário. Não há imparcialidade por parte do diretor, ou seja, apesar dos diferentes enquadramentos, a posição por eles tomada é nítida.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Comunicação, Espaço e Cidadania, do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 7º. semestre do curso de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, email: juliarantes@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho, professora do curso de Comunicação Social, email: roseseg@uol.com.br.

<sup>4</sup> Título original do filme: *The revolution will not be televised*, Irlanda; 2003; cor; 74 minutos; documentário. Dirigido por Kim Bartley e Donacha O'Brian



A intenção inicial dos diretores irlandeses Kim Bartley e Donnacha O’Brian, era a de fazer um documentário sobre Hugo Chávez, “o homem por trás do processo revolucionário que estava se desenvolvendo na Venezuela”. Entretanto, eles tiveram o privilégio de testemunhar, durante a gravação do documentário, o golpe de Estado ocorrido em 2002. Como a construção de um documentário se dá ao longo do seu processo de produção, o foco do filme “A revolução não será televisionada” é desviado do personagem, Hugo Chávez, para o evento político, denunciando a forma sórdida como a mídia, no intuito de defender os interesses de uma elite afetada pelas políticas do presidente venezuelano, utiliza de seu poder para influenciar a opinião pública de forma antiética.

Chávez foi democraticamente eleito em 1998 e reeleito nos anos de 2000 e 2006. Entre outros motivos que explicam sua popularidade está o fato de ele não ser branco tampouco vir das classes altas. É também um presidente acessível à população. Crítico ferrenho do neoliberalismo, da globalização e das relações internacionais dos EUA, Chávez provoca polêmica, sendo freqüentemente acusado de governar a Venezuela de forma autoritária. Suas políticas oferecem uma alternativa que vai de encontro ao ideário neoliberalista, fazendo com que a Venezuela sofra pressões internacionais e da oposição.

A Venezuela é um dos maiores exportadores de petróleo, daí sua importância para os Estados Unidos. Conforme o documentário, “a Venezuela sempre foi uma fonte estável e barata de petróleo para os Estados Unidos. Com sua decisão de exercer mais controle sobre a petrolífera estatal PDVSA e fortalecer a OPEP, Chávez enfrentava interesses de Washington.”

O descontentamento dos Estados Unidos aliado aos interesses da elite venezuelana, que, historicamente, sempre governou o país, desencadeou uma série de ataques a Chávez na grande mídia, tanto dentro como fora da Venezuela, com o intuito de enfraquecer o governo e suas políticas sociais perante a população, culminando em intolerância, mortes e em um golpe de Estado malogrado.

Como consequência, Chávez implementa importantes mudanças comunicação venezuelana, para poder competir de igual para igual com os grandes meios.

A proposta desta pesquisa é analisar, através do registro impactante do documentário, como o filme denuncia a abordagem deturpada dos fatos políticos pela grande mídia e suas consequências para a sociedade.



## **Justificativa**

No documentário *A revolução não será televisionada*, é possível verificar a imposição da ideologia da classe dominante nos telejornais das grandes emissoras venezuelanas. Os diretores mostram, através de trechos de noticiários, a forma como os grandes meios atacam Chávez por intermédio de seus jornalistas e apresentadores. Para corroborar tal afirmação, seguem exemplos retirados do filme, de notícias e comentários emitidos em canais privados: “nosso presidente está deslumbrado, é uma forma sexual, tipo freudiana, na fixação da figura do senhor Fidel Castro”; “a oposição entregou ao Supremo Tribunal de Justiça, uma declaração de insanidade mental contra o presidente da República, tenente-coronel Hugo Chávez Frías”; “vai chegando o momento em que tudo passa por uma transição... [close na apresentadora] sem Chávez, claro”.

Nestes exemplos, verifica-se a voracidade com que são empregadas as críticas ao presidente. Segundo Monica Simioni (2007, p. 105), esse tipo de julgamento moral é muito comum na mídia privada venezuelana, constituindo-se no recurso mais utilizado pela oposição contra o governo.

Nos noticiários internacionais, o ataque é o mesmo, devido aos interesses econômicos dos Estados Unidos e o risco que Chávez representa à economia deste país. Seguem exemplos retirados do documentário sobre o modo como Hugo Chávez e a Venezuela são retratados nos telejornais estadunidenses: “a Venezuela é muito eficiente no trato com o exército, o que fez de Chávez um imperador por aqui [Venezuela]”; “o discurso de Chávez foi controverso desde o princípio. Ele foi crítico com os Estados Unidos e condizente com Fidel Castro”; “Chávez tem uma conduta controversa que não é digna de apoio popular na Venezuela, ou mesmo de seus vizinhos. E, certamente não nos Estados Unidos com o presidente Bush”. Segundo o governo estadunidense, com a notícia de que a tomada de poder pela oposição se efetudara, chegava “ao fim uma greve na produção de óleo na Venezuela. Os Estados Unidos esperam que um novo governo ajude a estabilizar a indústria venezuelana, a quarta maior exportadora mundial”.

## **Cronologia, orquestração e fatores que desencadearam o golpe**

O golpe de Estado na Venezuela havia sido planejado meses antes pelos setores do poder econômico do país, com o apoio político e financeiro dos Estados Unidos. Os setores golpistas utilizaram de seu poder hegemônico sobre os meios de comunicação



privados – canais de televisão, jornais, revistas, rádios e agências internacionais de notícia – para divulgar sua campanha de desgaste do governo e do presidente Chávez, construindo assim uma falsa realidade.

A ingerência dos Estados Unidos nos assuntos internos venezuelanos também contribuiu para a ocorrência do golpe, através de suas manifestações públicas de preocupação com a situação supostamente antidemocrática da Venezuela, além de acusar Chávez de colaborar com os narco-terroristas colombianos.

Porém, o golpe aconteceu após o enfrentamento de manifestantes chavistas e anti-chavistas, logo que foi anunciada a decisão do governo de substituir a cúpula da direção da petroleira PDVSA, historicamente composta por representantes da elite.

De acordo com o documentário, até então, “os enormes lucros do petróleo só haviam beneficiado a uma minoria”, e apesar de estatizada, a petroleira continuava sendo dirigida como uma empresa privada nas mãos dos que tradicionalmente tinham governado o país. Com a promessa de Chávez de redistribuição dos lucros advindos do petróleo aos venezuelanos, foi necessário romper com o controle da elite sobre a petroleira, o que gerou a insatisfação da mesma, dando início ao processo golpista.

Segundo Maringoni, a atividade petroleira possibilitou a formação de uma classe privilegiada “apartada da sociedade”. Estas pessoas possuíam um modo de vida, vencimentos e costumes compatíveis com os padrões dos empresários das grandes transnacionais do setor, criando nesta elite uma forte resistência contra qualquer mudança que pudesse ameaçar suas posições dentro da petroleira. As nomeações dos cargos mais altos eram feitas pelo presidente da empresa, sem a interferência do Ministério ou da Presidência da República (apud SIMIONI, 2007, p. 107).

Em discurso mostrado no filme, Chávez anuncia que “o governo revolucionário está distribuindo a riqueza entre todos, para que todos vivam melhor, pois a riqueza da Venezuela é de todos e não de uma minoria”.

Segundo o jornalista venezuelano Brito Garcia, citado por Simioni, (2007, p. 106),

desde o começo da gestão, Chávez iniciou uma política de fortalecimento da Organização de Países Exportadores de Petróleo (OPEP). Até então, os gerentes da empresa impunham uma estratégia de *dumping* para baratear o petróleo, quebrar os aliados do cartel petrolífero e forçar a privatização da indústria. Chávez reverteu tudo isso, contribuiu para a elevação dos preços e designou o venezuelano Ali Rodríguez presidente da OPEP.



Diante das mudanças implantadas por Chávez, em 15 de março de 2002 a Confederação dos Trabalhadores de Venezuela (CTV) incentiva a paralisação das atividades da PDVSA. Uma outra tentativa de paralisação geral já havia ocorrido em 10 dezembro de 2001, encabeçada pela CTV, controlada pela Ação Democrática (AD) – partido de centro-esquerda, a empresarial Fedecámaras e os partidos de oposição, porém sem sucesso. A mídia local tratou o assunto como questão de Estado com a intenção de afetar a imagem do presidente.

Em 09 de abril de 2002, houve uma nova convocação de greve nacional, com participação intensa dos meios privados para divulgação do evento. Os telejornais das emissoras privadas transmitiam notícias de forma parcial, numa campanha que buscava constantemente incentivar as pessoas a se manifestarem contra o governo, induzindo-as a acreditar que Chávez planejava o fim da liberdade dos venezuelanos, como no trecho de notícia a seguir, extraída do documentário, no qual é tido como um ditador: “o chavismo se apoia cada vez mais na violência à medida que vai perdendo popularidade. Se parecem com as forças de choque empregadas por Mussolini e Hitler”. A campanha anti-chavista foi liderada pelos cinco principais canais de televisão – RCTV, Venevisión, Televen, Globovisión e CMT. Todo esse esforço midiático tinha como propósito justificar o golpe ocorrido em 11 de abril de 2002.



*Fig. 1 – Convocação em canal privado para passeata contra Chávez*

O golpe ocorreu na madrugada de 11 para 12 de abril de 2002. No lugar de Chávez, o empresário Pedro Carmona assumiria a presidência. No dia seguinte ao golpe, as grandes emissoras venezuelanas enalteciam o incidente que havia tirado o “ditador” do poder, transmitindo reportagens sobre Carmona, destacando manifestações de apoio internacional, como de Ari Fleischer, porta-voz da Casa Branca, que parabenizou a polícia e os militares venezuelanos. Entretanto, Chávez retornaria ao governo em 14 de abril, dois dias depois da tomada de poder pela oposição, graças à



ação de militares fiéis e da população venezuelana que, ao saber via cabo que o presidente não havia renunciado, manifestaram-se reivindicando a restituição do presidente eleito democraticamente ao seu cargo.

### **A utilização da mídia como partido político**

A constatação da mídia como um partido opositor ao governo fica evidente no programa 24 Horas apresentado pelo jornalista Napoleón Bravo, no qual, em 12 de abril, participantes do golpe esmiúçam como o mesmo foi orquestrado. Os convidados eram Carlos Molina Tamayo, vice-almirante que participou diretamente do golpe; Victor Manuel Garcia, diretor da empresa de pesquisas Cifra; e Leopoldo López, prefeito do distrito de Chacao (região nobre da capital). “Todos agradeceram às emissoras Venevisión, RCTV, Televen, Globovisión e CMT, e não se intimidaram em narrar como fizeram a gravação do pronunciamento do general Pérez na casa de um dos jornalistas presentes” (SIMIONI, 2007, p. 112).

Ignácio Ramonet (2005) classifica a mídia como o 2º poder, atrás do poder econômico e financeiro. Para o jornalista, “o sistema midiático é o aparato ideológico da globalização” (IDEM, p. 246), influenciando as pessoas de tal forma que aceitem, sem resistência, a globalização e todas as consequências que ela implica. Segundo Ramonet, este aparato midiático compõe-se dos setores da comunicação em geral: informação – imprensa, informação radiofônica, agência de notícias, noticiários de televisão, cadeias de informação contínua; comunicação institucional – publicidade e propaganda; e cultura de massas – telenovela, quadrinhos, edição literária de massa, os livros de massa, o cinema de massa, o esporte. São setores cujos limites cada vez mais vão se fundindo e se interpenetrando devido à revolução digital, que é, basicamente, a integração de texto, som e imagem em um único suporte. Assim, “o que a imprensa diz a televisão repete, a rádio repete, e não apenas nos noticiários, mas também nas ficções, na apresentação de um tipo de modelo de vida que se deve apresentar” (Idem, p. 246).

Das emissoras que, abertamente, participaram do golpe, apenas a Venevisión, a Televisión e a CMT ainda continuam transmitindo sinal em rede nacional. A CMT, emissora de programação variada, foi criada na década de 1990 e vendida ao governo em 2007, dando lugar a teleSUR.

A RCTV teve sua renovação de concessão negada pelo governo e deixou de transmitir em sinal aberto às 23h59min do dia 27 de maio de 2007, porém continua a exibir sua programação pela internet. A emissora fundada em 1953 foi a primeira da Venezuela e possuía a maior audiência, com aproximadamente 10 milhões de espectadores. Em seu lugar, entrou em funcionamento a TVes (*Televisora Venezolana Social*), emissora patrocinada principalmente pelo Estado Venezuelano. Sua primeira



transmissão ocorreu em 28 de maio de 2007, à 0h20min. A TVes não produz sua programação e sim difunde programas de produtores nacionais independentes, documentários, notícias, esportes, programas infantis e filmes nacionais e internacionais.

Para José Arbex, (2003, p. 385), a “espetacularização do mundo” é o que torna tênue as fronteiras entre publicidade, jornalismo e entretenimento, com o objetivo de manipular o imaginário de acordo com os propósitos da elite dominante. A linguagem das novelas e das peças publicitárias são largamente utilizadas nos telejornais para dramatizar os fatos, produzindo um falso jornalismo. As novelas ganham ares de documentários ou reportagens a respeito de comunidades culturais e movimentos sociais bem como sobre os problemas do mundo contemporâneo. Para ele, esse tipo de produção midiática é comum em países dos quais a sociedade civil é extremamente frágil, onde o índice de analfabetismo funcional é elevado e a tradição democrática inexistente, fruto da repressão das elites contra a organização e movimentos populares.

Na Venezuela, essa mescla de gêneros midiáticos é muito comum. Segundo Simioni (2007, p. 123), nos meios privados, a linguagem “dramática e romanceada típica das novelas é usada também nos telejornais venezuelanos”, com a finalidade de criar no telespectador os sentimentos de tensão e medo. De acordo com a jornalista, os programas televisivos que se intitulam jornalístico seguem, de modo geral, a seguinte fórmula: apresentadores de ambos os sexos brancos e atraentes, que se mostram tensos e preocupados. Quando a pauta se refere ao que é feito e dito pelo presidente Hugo Chávez, as imagens recebem um fundo com trilha musical capaz de criar uma atmosfera de terror. Essa trilha é repetida continuamente enquanto os locutores falam.

Ramonet identifica três características do discurso dos grandes grupos midiáticos, passíveis de serem utilizadas nas três esferas de comunicação – informação, publicidade e culturas de massa. A primeira característica utilizada é a rapidez do discurso: “na imprensa os artigos são cada vez mais curtos, as frases são breves, os títulos impactantes, como um modelo publicitário ou qualquer discurso da cultura de massa” (2005, p. 249), de modo a se evitar que o receptor fique entediado. A segunda característica é a simplicidade do discurso, tornando-o elementar, com vocabulário simples. É um texto fácil de ser compreendido pela simplicidade de sua construção retórica, muito utilizada no cinema, no rádio, na literatura de massa. A terceira característica é a espetacularização, ou seja, expressar-se através das emoções.

Os elementos de dramatização são constantemente utilizados nos discursos da grande mídia: “o riso [...] no discurso publicitário; o discurso eufórico ou a tragédia no discurso do noticiário”. Essas características utilizadas nos discursos de massa remetem





ao tipo de fala dirigida às crianças: simples, breve e emocional. Portanto, os grandes grupos de mídia oferecem programações com “discursos infantilizantes”. O jornalista problematiza: os programas veiculados pelos grandes grupos midiáticos são dirigidos a uma massa planetária. Como o discurso de contrainformação poderia competir sem ser, infantilizante, porém “apresente também características de sedução, ou seja, que não se dirija a uma pequena minoria, mas que possa dirigir-se também às massas, sem ser, definitivamente, um discurso doutrinário, dogmático, um discurso de pura retórica, artificial” (2005, p. 249). Um grande desafio para os meios alternativos.

### **A comunicação na Venezuela após o golpe**

Antes do golpe, o filme mostra a preocupação de Chávez, no tocante à divulgação incipiente dos benefícios decorrentes da política social de seu governo contra as críticas ofensivas da oposição nos grandes meios. Segundo o presidente, a não utilização da mídia local, da televisão, da rádio oficial, não convocar jornalistas para participar de uma mesa redonda configurava-se em um “problema gravíssimo na revolução”, que não sabia “comunicar as conquistas, os planos que estão em marcha, de incentivar a comunidade e levá-la a cooperar além de mostrar resultado também,” a fim de que fosse possível neutralizar as grandes campanhas dos meios privados.

O golpe fez com que o governo reagisse e desenvolvesse uma estratégia comunicacional melhor delineada. Antes disso, o Estado contava com um único canal de rádio e televisão. Até então, a política comunicacional do governo não estava definida. Após o golpe foi criado o Ministério de Comunicação e Informação, dividido em dois vice-ministérios: a gestão comunicacional, responsável pela relação com os meios de comunicação, e a estratégia comunicacional, responsável pelo planejamento e análise do conteúdo informacional, além de atuar como elaboradora da política para o setor. O ministério estabeleceu uma política comunicacional para o governo e elaborou uma estratégia para dar mais visibilidade às conquistas dos programas sociais.

Aproximadamente um ano e meio depois da criação do Ministério de Comunicação, surge a *Telesur*, a nova *Televisión del Sur*, uma emissora multinacional pública cujo objetivo era

responder à necessidade latino-americana de contar com um meio que permita a todos os habitantes do continente difundir seus próprios valores, divulgar sua própria imagem, debater suas próprias idéias e transmitir seus próprios conteúdos, de forma livre e equitativa (SIMIONI, 2007, p. 134).





O governo passou a ter dois canais de televisão nacionais: o *Venezolana de Televisión* (VTV) e a *Vive*, canal voltado para os jovens, parecido com a MTV, porém mais politizado; além da *Rádio Nacional Venezolana*, as várias rádios comunitárias recebem incentivo; no meio impresso, circula nacionalmente o *Diario Vea*, que, apesar de não pertencer ao Estado, veicula publicidades dos ministérios e órgãos governamentais. O governo também incentiva a produção milhares de jornais comunitários, alternativos e informativo das missões promovidas pelo Estado, com distribuição gratuita (IDEM, p. 62 e 63). Os veículos são tantos que nem o Ministério da Comunicação tem a informação da quantidade. Estes meios alternativos representam a pluralidade de informações na mídia venezuelana.

Antes do golpe, Chávez apresentava o programa ao vivo *Aló Presidente* todos os domingos, no rádio e na televisão estatal. A partir de fevereiro de 2007, o programa passou a ser diário. Neste programa, o presidente “trata de temas estratégicos para a Revolução, como por exemplo, responder a ataques dos setores opositores, comentar a integração latino-americana e a luta anti-imperialista, os avanços do governo bolivariano e ressaltar os simbólicos históricos do país” (IDEM, p. 64). O *Aló Presidente* possui ainda um jornal de quatro folhas trazendo os temas discutidos na edição do programa.

A internet recebeu mais investimentos do Estado para difundir e defender a Revolução, bem como para lutar contra os meios de comunicação hegemônicos e a grande imprensa venezuelana, que se configura como um poderoso partido político de oposição. Na mídia digital existe a Agência Bolivariana de Notícias ([www.abn.info.ve](http://www.abn.info.ve)), a página do governo ([www.gobiernoonlinea.ve](http://www.gobiernoonlinea.ve)), além de *sites* atualizados dos ministérios e das missões.

A comunicação para a construção de uma nova sociedade na Venezuela torna-se revolucionária e democrática à medida em que é produzida de forma coletiva, rompendo com a concepção do fazer comunicacional como algo imposto por um emissor ativo a uma audiência passiva, o que vem ao encontro do termo *audiências*, analisado por Downing, cujo enfoque dá-se aos efetivos usuários da mídia desvinculando-os da ótica mercadológica de consumidores, ao classificá-los como audiências “ativas em vez de acrílicas, como variadas em vez de homogêneas...” (DOWNING, 2002, p. 40). Nesse aspecto, usuários de mídia ativos e produtores de mídia radical alternativa estão



separados por uma linha tênue, a partir do momento em que estes apropriam-se dos produtos da mídia, provocando a subversão dos valores originais destes. Assim, o funcionamento da mídia radical é possível e melhor compreendido através da junção do conceito de cultura popular e da definição não-comercial do termo audiências. Para ele, a audiência formada de espectadores estáticos é somente uma forma de apropriação do conteúdo midiático, o que possibilita classificar as formas de comunicação desenvolvidas para a Revolução Bolivariana como mídias radicais.

Downing define o termo “cultura popular” como uma “categoria genérica” para referir-se às diversas formas de produção cultural bem como à sua recepção pelo público em geral (Idem, p. 38). A cultura popular, segundo Downing, “era uma expressão autêntica das visões e aspirações do público”, ao contrário da cultura de massa, conferindo à popular uma característica potencialmente opositora. Assim, as várias formas da mídia radical alternativa são formas de expressão das culturas populares e de oposição e, portanto, não existe separação entre a expressão da mídia radical e outras formas de expressão cultural de oposição (Idem, p. 33).

Gramsci (apud DOWNING, 2002, p. 47) argumenta que, durante os dois séculos de expansão e consolidação do capitalismo, o ideário capitalista foi amplamente propagado pelos órgãos de informação e cultura – escolas, universidades, igrejas, literaturas, meios de comunicação e ideologias corporativas, mantendo e organizando sua liderança e domínio cultural. A disseminação da ideologia liberalista foi criando na sociedade a crença de que outra forma de organização era inviável e que o capitalismo era inevitável. O conteúdo da mídia radical rompe com a imposição dos conteúdos da grande mídia, por possuir uma certa independência da pauta dos poderes constituídos, com liberdade para se opor a essa pauta, consistindo-se numa importante ferramenta de resistência ao poder da classe dominante, ao oferecer uma visão alternativa coerente e convincente de organização da sociedade.

## **Metodologia**

Tendo em vista que o objeto de estudo da presente pesquisa de iniciação científica baseia-se no documentário *A revolução não será televisionada*, foi feito um resumo do filme para servir de apoio ao longo do trabalho. O estudo proposto vale-se dos escritos sobre as relações de poder e de interesses as quais se submetem a produção midiática da chamada grande mídia, bem como os modos de produção e a estrutura dos



programas destas empresas, a fim de perceber essas relações no interior dos sistemas de comunicação de massa.

A pesquisa é toda fundamentada na bibliografia existente e, quando necessário, em notícias veiculadas na *internet*, sobre os temas relacionados ao longo deste trabalho.

Para contextualizar a situação da Venezuela, são utilizadas notícias publicadas em jornais, revistas ou na *internet*, das mídias de massa e alternativa, com análise de seus enquadramentos.

### **Considerações finais**

O documentário *A revolução não será televisionada* apresenta um rico registro de todo o processo de golpe de Estado ocorrido na Venezuela, maquinado pela elite venezuelana e a mídia. Essa elite, que historicamente havia governado o país e que agora sentia-se afetada pelas políticas chavistas, detém os direitos dos grandes meios de comunicação privados, utilizando-os de forma antiética, a fim de influenciar a opinião pública a seu favor.

Os ataques midiáticos, dentro e fora da Venezuela, se intensificam quando Chávez decide exercer mais controle sobre a petroleira PDVSA, afetando os interesses econômicos dos Estados Unidos, maior importador de petróleo da Venezuela. Telejornais das emissoras privadas passam a transmitir notícias de forma parcial e sensacionalista. As convocações para as manifestações antichavistas também eram feitas por estes canais. Em uma dessas manifestações, opositores e apoiadores do governo Chávez confrontam-se, e pessoas são mortas alvejadas na cabeça por atiradores de elite.

A grande mídia culpa o líder da Revolução Bolivariana pelas mortes, editando imagens de forma que as pessoas se voltassem contra o presidente. Conseqüentemente, em 12 de abril de 2002, a oposição toma o poder através de um golpe mal sucedido, uma vez que dois dias depois Chávez é restituído ao poder, após a população tomar conhecimento, através de emissoras a cabo, de que Chávez não havia renunciado,

Ramonet (2005, p. 249) classifica a mídia como o 2º poder e o sistema midiático, como o aparato ideológico da globalização. Este aparato é constituído de três setores – informação, publicidade e propaganda, e cultura de massas. Estes se interpenetram, tornando muito tênue a delimitação entre os setores do aparato midiático.



José Arbex (2003, p. 385) corrobora este pensamento, argumentando que essa mescla de gêneros midiáticos provoca o que para ele é chamado de “espetacularização do mundo”, capaz de manipular o imaginário popular a favor dos propósitos da elite dominante. As linguagens novelescas e publicitárias são largamente utilizadas em telejornais para dramatizar os fatos, produzindo um falso jornalismo. Em países como a Venezuela, onde a sociedade civil é frágil, o analfabetismo funcional é elevado e a tradição democrática inexistente, esse tipo de jornalismo é muito comum.

Além disso, Ramonet identifica três características dos discursos dos grandes grupos midiáticos, quais sejam: a expressão através da emoção, a rapidez e simplicidade do discurso, assemelhando este às falas dirigidas às crianças. Trata-se de um discurso infantilizante, agradável à grande massa, tornando a competição do discurso da contrainformação com tais programas um grande desafio.

Após o golpe, frente à ameaça que as emissoras privadas representavam ao governo, uma estratégia comunicacional bem delineada torna-se urgente. Meios alternativos de todo o tipo passam a receber financiamentos e novas emissoras estatais são criadas.

Estes novos meios configuram-se como importantes ferramentas de resistência ao poder midiático dominante, uma vez que os conteúdos veiculados são independentes e livres da pauta dos poderes constituídos, o que permite relacionar a comunicação da Revolução Bolivariana aos conceitos de mídia radical propostos por Downing.

Os estudos, até o presente momento, possibilitaram compreender que os meios de comunicação cumprem um papel fundamental na sociedade e na disputa pelo poder. O fortalecimento de mídias alternativas, principalmente no caso do processo bolivariano, não é somente uma ação de política governamental, mas uma forma de romper com a produção da grande mídia, que tenta incessantemente transmitir sua ideologia aos espectadores, através de técnicas desleais e antiéticas, ditando à sociedade padrões de comportamento condizentes aos seus interesses. Os meios de contrainformação são indispensáveis a qualquer nação que preze pela democracia, pela pluralidade de ideias que proporcionam.

À medida em que as comunidades passam a produzir seus próprios meios de informação, diminui-se o espaço para a exclusão e aumenta-se o interesse pela



participação política. Isso representaria um grande avanço nos países latinoamericanos, cujo o tema política é deixado de lado, pois as pessoas estão desacreditadas dos seus poderes como cidadãos.

A construção de um novo tipo de comunicação ainda está longe de ser consolidada. Há grandes obstáculos no decorrer do caminho como os interesses dos poderosos empresários de corporações midiáticas, a insuficiência tecnológica, intelectual e de formas de se atrair a atenção pública, com tantas outras programações tidas como mais sedutoras e persuasivas. Essa briga foi comprada por Chávez na Venezuela, e cabe-nos apenas aguardar seu desfecho daqui a alguns anos.

### **Referências bibliográficas**

ARBEX, José, Uma outra comunicação é possível (e necessária) in *Por uma outra comunicação/org.* Denis de Moraes – Rio de Janeiro: Record, 2005.

DOWNING, John D. H., *Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais.* São Paulo: Editora Senac, 2002.

NICHOLS, B. *A voz do documentário in: Teoria Contemporânea do Cinema: Documentário e narrativa ficcional,* Volume II. São Paulo: Editora Senac, 2005.

RAMONET, Ignacio. *O poder midiático* in *Por uma outra comunicação/org.* Denis de Moraes - Rio de Janeiro: Record, 2005.

RAMONET, Ignacio. *Propagandas silenciosas: massas, televisão, cinema.* Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SIMIONI, M. *Comunicação e disputa hegemônica na Venezuela no pós-golpe de abril de 2002.* 2007. 184f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.