



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

BRUNA PASSOS BARRETO

**O USO DO *TWITTER* COMO FERRAMENTA DA DIPLOMACIA PÚBLICA:
ESTUDO DE CASO DA CRISE DA VENEZUELA**

Brasília - DF

1/2019



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

BRUNA PASSOS BARRETO

**O USO DO *TWITTER* COMO FERRAMENTA DA DIPLOMACIA PÚBLICA:
ESTUDO DE CASO DA CRISE DA VENEZUELA**

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Comunicação Organizacional

Brasília - DF

2019

Banca Examinadora
Universidade de Brasília
Departamento de Comunicação Organizacional

Professora Doutora Elen Geraldes
Orientadora

Professor Mestre Marcos Urupá
Membro da Banca

Doutora Vanessa Negrini
Membro da Banca

Professora Doutora Liziane Guazina
Suplente

AGRADECIMENTOS

Obviamente não caberia neste espaço palavras para agradecer nominalmente a todos aqueles que contribuíram para a minha formação. Me resta somente destacar alguns cujas convivência e experiência mudaram minhas percepções e esperar dos outros a compreensão de que não são menos importantes, falta somente espaço no papel.

Agradeço à minha mãe – em primeiro lugar e sempre – por todo o apoio que ela me dá, seja financeira ou emocionalmente; ter o privilégio de ter alguém me apoiando em todas as voltas que dei em minha vida foi fundamental.

Entrar na Universidade de Brasília foi das escolhas mais felizes que fiz, aqui realidades se escancararam para mim. Realidades das quais, muitas vezes, ouvia dizer, mas que nunca tinha visto de perto ou conversado com alguém que as vive. Conheci pessoas de diversos credos, raças e classes; convivi com gente cujos pensamentos em nada correspondiam aos meus. Com eles aprendi sobre respeito, posicionamento e humildade. Aos meus colegas, muito obrigada!

Foi na UnB que entendi que, entre tudo que a vida há de me proporcionar, a busca pelo conhecimento deverá ser constante. Tive o privilégio de conviver com os professores da FAC, de diálogo sempre aberto, com espaço para ouvir, dispostos a trocar experiência e fazer o ensino ultrapassar as barreiras da sala de aula. Mas quero destacar 3 grandes mulheres de quem tive a honra de ser aluna: Elen Geraldês, Fernanda Martinelli e Janara Sousa. Em cada texto que propuseram, em cada pergunta que fizeram, em cada trabalho solicitado foi possível enxergar a paixão e preocupação que elas têm em formar mais que comunicadores – seres humanos pensantes. Às minhas professoras e aos meus professores, muito obrigada!

Depois de uma graduação e uma pós-graduação, ambas em instituições de ensino privadas, compreendi o diferencial de uma universidade pública e o quanto é preciso lutar por ela. Hoje entendo melhor o lugar da academia no mundo, e ele vai além de formar profissionais. Com este trabalho, então, não encerro um ciclo, mas sim marco uma etapa da vida de uma estudante vitalícia que espera contribuir, como comunicadora, para um país que entenda a Comunicação como importante

protagonista nas mudanças de paradigmas para a construção de um futuro mais inclusivo, participativo e igualitário. À Universidade de Brasília, muito obrigada!

RESUMO

As redes sociais, em geral, têm angariado cada vez mais força como canal de comunicação, tornando-se peça estratégica na formulação de comunicação, incluída a pública, o que se reflete diretamente na chamada “diplomacia de *Twitter*”. Assim, este projeto analisa a capacidade da utilização do *Twitter* na construção da imagem do Itamaraty diante da opinião pública por meio da imprensa. Dessa forma, sob o contexto da crise da fronteira entre Brasil e Venezuela em fevereiro de 2019, foi realizado um estudo de caso em que se analisou a força do conteúdo publicado no perfil oficial do Itamaraty e no do atual chanceler brasileiro, Ernesto Araújo, no *Twitter*, em pautar a imprensa. Além disso, utilizou-se a análise de conteúdo para compreender como a imprensa, em geral, realizou a cobertura do evento, bem como a forma com que reportou o posicionamento oficial do ministério. Observou-se, por fim, que o *Twitter* do MRE é bastante eficiente em pautar a imprensa, uma vez que o conteúdo publicado em seu perfil referente ao evento tornou-se pauta; e, ainda, que a imprensa adotou majoritariamente a postura de repassar o posicionamento oficial sem muitas interferências.

Palavras-chave: Mídias Sociais. *Twitter*. Diplomacia Pública. Crise da Venezuela.

ABSTRACT

Social media have, in general, becoming more and more powerful as communication channel, devolving into a strategic piece in the formulation of communication, including public communication, which is reflected directly in the so-called “Twitter Diplomacy”. Thus, this project analyzes the capacity of the use of Twitter in the construction of Itamaraty's image before public opinion through the press. Thus, under the context of the crisis of the border between Brazil and Venezuela in February 2019, a case study was conducted in which the strength of the content published in the official profile of Itamaraty and the current Brazilian chancellor, Ernesto Araújo, was analyzed on Twitter, in addition, the content analysis was used to understand how the press, in general, covered the event, as well as how it reported the official position of the ministry. It was observed, finally, that the Twitter of the MRE is very efficient in guiding the press, once the content published in its profile related to the event became a guideline; and also that the press adopted a majority position of reviewing the official position without much interference.

Key-words: Social Media. Twitter. Public Diplomacy. Venezuela's crisis.

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

IMAGENS

Imagem 1: Ida à Colômbia.....	35
Imagem 2: Vídeo contra Maduro	36
Imagem 3: Embarque ajuda humanitária	37
Imagem 4: Anúncio de chegada do 1º caminhão.....	38
Imagem 5: Nota oficial.....	38
Imagem 6: Recepção de Juan Guaidó no Palácio do Itamaraty	39
Imagem 7: Coletiva de imprensa	40

FIGURAS

Figura 1: Veículos.....	41
Figura 2: tipos de publicação	42
Figura 3: Assuntos centrais das matérias analisadas.....	42
Figura 4: enquadramento do veículo relativamente ao posicionamento do MRE	43
Figura 5: Uso do <i>Twitter</i> como fonte primária	43
Figura 6: Fontes utilizadas.....	44
Figura 7: Recorte Temporal	45
Figura 8: Macrotemas.....	45
Figura 9: Ideologia expressa na matéria.....	46

Figura 10: Fatores Conjunturais.....	46
Figura 11: Esclarecimentos ao posicionamento do MRE	47
Figura 12: Críticas ao MRE	47
Figura 13: Classificação das matérias	48
Figura 14: Principais recursos agregadores de conhecimento.....	49
Figura 15: Assuntos das matérias cujo <i>Twitter</i> foi fonte	49
Figura 16: Perfil dos veículos que utilizaram <i>Twitter</i> como fonte	50
Figura 17: Agregação de conhecimento em matérias que utilizaram <i>Twitter</i> como fonte	51

SUMÁRIO

Introdução.....	14
Referencial Teórico.....	18
Diplomacia Pública.....	19
Redes Sociais	23
<i>Twitter</i>	26
Procedimentos Metodológicos.....	30
Pesquisa	34
<i>Twitter</i> MRE e Chanceler	34
Cobertura da imprensa brasileira	40
Discussão.....	51
Considerações Finais	55
Referências.....	57

INTRODUÇÃO

Em 2018 houve uma crise bilateral entre Arábia Saudita e Canadá que culminou no corte de relações entre os dois países e a retirada de mais de 15 mil estudantes sauditas do território canadense, algo comum na política internacional, não fosse o fato de que toda essa crise se iniciou a partir de declarações da chanceler canadense, Chrystia Freeland, em seu perfil no *Twitter* (Nexo Jornal, 2018).

Há mais de 10 anos, o *Twitter* – um site de rede social segundo Recuero e Zago (2010) – foi um grande alavancador da vitória de Barack Obama nas eleições norte-americanas em 2009, e desde então tem sido objeto de estudos de comunicação política. A crise entre sauditas e canadenses, no entanto, escancara o uso dessa rede social não somente como um meio de comunicação entre políticos e eleitorado, mas também como mídia de toda a classe governista e, portanto, meio de comunicação oficial de governos. Diante desse cenário, então, fica evidente que as redes sociais devem ser objeto de atenção dos governantes mundiais.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo central entender de que maneira o *Twitter* está sendo utilizado pelo Ministério das Relações Exteriores (MRE) brasileiro, e a capacidade do perfil do Itamaraty nessa rede de pautar a imprensa e expandir, assim, o alcance de seus posicionamentos oficiais, fazendo diplomacia pública. Para tanto, optou-se por analisar o posicionamento do MRE diante da crise na fronteira entre Brasil e Venezuela.

Em 2009, ainda sob o governo de Hugo Chávez, a população venezuelana referendou uma alteração constitucional que passou a permitir reeleições presidenciais sem limites de tempo, o que possibilitou a manutenção de Chávez no poder por 14 anos, desde o seu primeiro mandato, em 1999, até o ano de sua morte, em 2013. Com a morte do principal líder venezuelano, quem assume a presidência do país e do Partido Socialista Unido da Venezuela (PSUV) é seu vice-presidente, Nicolás Maduro.

Maduro, com a promessa de dar continuidade às políticas chavistas – que giram em torno de uma grande participação do Estado na sociedade e do anti-imperialismo que visa a combater a influência dos Estados Unidos da América na

região – se deparou, porém, com um contexto internacional de queda do preço do petróleo (*commodity* na qual o país é abundante e de que sua economia depende) e tomou medidas que aprofundaram ainda mais a crise econômica venezuelana.

Segundo Corazza e Mesquita (2019), já em 2014 foram registrados protestos contra Maduro, reprimidos violentamente pelo governo. Desde então, a crise política da Venezuela e o caos econômico, de que fazem parte a crise do petróleo, embargos estadunidenses e a hiperinflação, tiveram vários efeitos colaterais, como a prisão do principal opositor de Maduro, Leopoldo López (Partido Vontade Popular – VP), e a migração em massa de venezuelanos.

Em 2018, a reeleição de Nicolás Maduro foi posta em dúvida em relação à rigorosidade com a qual se respeitou os procedimentos democráticos de escolha do presidente venezuelano. Com a legitimidade da eleição de Maduro questionada e uma crise econômica cada vez mais profunda, o recém-empossado presidente da Assembleia Nacional venezuelana, Juan Guaidó, se autoproclama presidente interino venezuelano em 2019, aumentando ainda mais as tensões políticas internas do país.

Juan Guaidó é membro fundador do partido de Leopoldo López, o Vontade Popular (VP), e atua na oposição ao chavismo. Já em 2010 foi eleito deputado suplente. Como os principais nomes da oposição estão presos, exilados ou inabilitados, Guaidó assumiu a liderança do partido e, por consequência, da Assembleia Nacional por decorrência do mandato do PV na liderança da casa (G1, 2019).

Sob a alegação de uma crise humanitária no país, ele solicitou ajuda externa. Países como Brasil, Estados Unidos e Colômbia decidem mandar a ajuda solicitada pelo autoproclamado presidente interino. Nicolás Maduro, por sua vez, enxerga no ato violação da soberania nacional venezuelana e uma forma de pressão política liderada pelos EUA para acirramento da crise. Dessa forma, ele formalmente recusa a ajuda e prepara seu exército para conter a chegada dos mantimentos e medicamentos por meio das fronteiras terrestres que tem tanto com Brasil quanto com a Colômbia.

Ignorando a recusa de Maduro e suas declarações, ao passo que reconhecem a legitimidade de Juan Guaidó como presidente venezuelano legítimo, os três países

se organizam para enviar a ajuda solicitada por Guaidó. Apesar dos esforços, a ajuda não chega ao povo venezuelano devido à resistência de Maduro, não sem a emergência de conflitos nas fronteiras, pessoas feridas e mortes relatadas.

Sob este pano de fundo, portanto, o presente trabalho tem como objetivo geral descrever e analisar a utilização do *Twitter* na diplomacia pública brasileira, usando o recorte da crise que se deu na fronteira entre o Brasil e a Venezuela entre os dias 20 de fevereiro de 2019 e 1º de março do mesmo ano. Como objetivos específicos destacamos:

- Identificar de que forma as redes sociais contribuem para ampliar o *soft power*¹
- Investigar a influência direta do uso dessas redes na análise da imprensa sobre a política internacional

Nesse sentido, ao investigar possíveis modificações nas interações governamentais promovidas pelas limitações ou características próprias dessas redes, abre-se caminho para reflexões posteriores sobre as novas dinâmicas surgidas a partir desse novo contexto, levando pesquisadores a promoverem elucubrações sobre este impacto e profissionais da área a pensarem mais estrategicamente o uso dessas ferramentas.

Esta pesquisa se justifica tanto pela sua originalidade, uma vez que após um estado da arte foram encontrados poucos trabalhos sobre o tema; quanto pela sua relevância social no âmbito de estudos sobre a comunicação pública, especialmente a da diplomacia pública, área que pode impactar toda a sociedade, sobretudo em um mundo globalizado e em constante mudanças.

A monografia está dividida em quatro capítulos. No primeiro, há a apresentação do referencial teórico que a embasou, uma construção que se dá por meio da visão

¹ Soft power é um conceito de Joseph Nye (2008) que se refere à capacidade de um Estado influenciar outros por meios que não sejam a força (econômica ou militar).

de autores que se expressam sobre os três pilares que sustentam este trabalho: a comunicação, a política externa e a sociedade.

O segundo contempla a metodologia de pesquisa utilizada para chegar às respostas da pergunta que norteia o trabalho: como a diplomacia brasileira utilizou o seu perfil no *Twitter* na crise da Venezuela e quais os limites e possibilidades desse uso?

No terceiro capítulo está exposta a pesquisa em si e seus resultados. Esse capítulo se subdivide em três outras partes, sendo as duas primeiras as descrições e análises do conteúdo publicado pelo MRE em seu *Twitter* e a cobertura da imprensa sobre o evento, respectivamente; já na terceira expõem-se os resultados cruzados das duas partes anteriores.

Finalmente, o quarto capítulo resgata alguns pontos do embasamento teórico para dialogar com os resultados expressos no capítulo anterior, possibilitando o desenvolvimento de algumas considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo trata de um debate cujo intuito é estabelecer as bases referenciais para a pesquisa desenvolvida. Para tanto, ele se divide em três outras partes: a primeira tratará da diplomacia pública, em um panorama histórico, conceitual e de desafios; a segunda versará sobre as redes sociais e seus conceitos, limites e legislações; finalmente, a terceira se ocupará do *Twitter* em si, trazendo observações sobre sua história, características, limites e possibilidades.

Primeiramente, porém, é preciso compreender um processo histórico, econômico, político e social que impactou a sociedade como um todo: a terceira revolução industrial; mais especificamente a internet. Este advento é responsável, entre outras coisas, por uma revolução nos fluxos comunicacionais, uma vez que ela permite ao usuário um fluxo de resposta direta. O receptor tem, pela primeira vez, a oportunidade de responder aos estímulos do emissor usando o mesmo veículo e sem interferências de outros usuários no que tange ao fluxo comunicacional. Essa mudança na lógica dos fluxos ocasiona a transformação, no âmbito da internet, de uma comunicação hierarquizada e estabelecida do topo para baixo para a comunicação mais horizontalizada, sem hierarquias aparentes; o que impacta, também, a manutenção do poder nos fluxos comunicacionais (CASTELLS, 2011).

Essa horizontalização comunicacional transborda da internet a ponto de impactar as próprias lógicas sociais no século XXI, corroborando com McLuhan (1969) quando afirma que a tecnologia é a causa principal das mudanças na sociedade. Ao abrir um canal de respostas aos indivíduos e facilitar o acesso à informação, a internet modifica sensivelmente o jeito como a sociedade consome, se informa, se organiza, trabalha, pensa, etc. Ainda segundo McLuhan (1969) “a mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas”.

Dessa forma, a internet se estabelece não só como uma ferramenta forjada para facilitar a comunicação ou o compartilhamento de informações, mas também como força propulsora de uma lógica própria de organização social em redes, em que a hierarquização comunicacional perde força e há uma redistribuição de poder no que tange à relevância de veículos de mídia. À medida, então, que as comunicações

passam a ocorrer mais abundantemente por meio dos canais de comunicação da internet, ainda que não haja supressão dos veículos de mídia de tradição impressa, a sistemática da comunicação feita em redes ganha mais importância.

É neste contexto que uma série de adaptações precisarão ocorrer rumo à adequação do formato como se comunicava antes da internet para um formato de comunicação que deve considerar o multidirecionamento agregado à audiência ativa. E a comunicação em sua esfera pública, mesmo no que tange à diplomacia, não se difere neste sentido.

DIPLOMACIA PÚBLICA

A história da prática diplomática se confunde com a própria história da escrita humana. O primeiro tratado de que se tem registro ocorreu ainda na Mesopotâmia (BUENO et al, 2017). Ou seja, a diplomacia tem raízes longínquas que se desenvolveram ao longo de séculos até se estabelecer institucionalmente do modo contemporâneo, cujas origens remontam ao século XV.

A institucionalização da diplomacia, então, se inicia quando da necessidade de fincar a paz entre os reinos da Itália renascentista (BUENO et al, 2017). Posteriormente, os Tratados de Vestfália de 1648², o Congresso de Viena de 1815³, as duas grandes guerras mundiais, a guerra fria e os eventos históricos ocorridos entre (e após) esses marcos foram outros passos importantes para a instituição da diplomacia como se conhece hoje: “os mecanismos que não são a guerra, utilizados por um ator internacional para administrar o ambiente internacional” (Cull, 2010, tradução minha)⁴. Em outras palavras, apesar da prática diplomática remontar à antiguidade, as nuances de fazer diplomacia mudaram de acordo com o tempo.

² “Primeiro grande foro internacional dos tempos modernos” (CERVO, 2007), encerrou a “Guerra dos 30 anos”.

³ “Terceiro grande foro diplomático da história” (CERVO, 2007) em que países europeus se reuniram, após derrotar Napoleão Bonaparte e seu expansionismo francês, a fim de estabelecer o “concerto europeu” (CERVO, 2007) uma política de concertação que objetivava o equilíbrio entre potências e cujo baluarte era a não aceitação de hegemonias na Europa.

⁴Tradução do original em espanhol: los mecanismos que no son la guerra, desplegados por un actor internacional para gestionar el entorno internacional.

O diplomata clássico, típico dos regimes absolutistas, era entendido como a representação pessoal do soberano (o rei), “garantia o grau máximo e quase exclusivo de representação entre poderes soberanos, no âmbito de uma relação bilateral e num estilo de secretismo próprio de ambientes palacianos, observando, informando, e transmitindo mensagens de conteúdo eminentemente político” (MOITA, 2006). Essa raiz diplomática tipicamente europeia é circundada, pois, de exclusividades, a começar pelo próprio berço dos embaixadores – elite jurídica. Isso explica o porquê de a diplomacia clássica ser vista como fechada, sendo objeto de crítica da opinião pública (MOITA, 2006).

A democratização dos Estados Nacionais e a multilateralidade que emerge fortemente, sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, são transformações que acarretam mudanças no âmbito diplomático, especialmente rumo a mais transparência, embora não haja um rompimento completo com a diplomacia clássica. Não à toa, o primeiro dos 14 pontos de Wilson⁵, ainda em 1918, era o fim dos acordos secretos. Assim, o bilateral cede grande lugar ao multilateral, há a inserção de novos atores que dividem com os Estados as relações internacionais, ampliando a agenda do corpo diplomático e impondo o desafio de pensar globalmente (MOITA, 2006).

É somente após o momento em que o leque diplomático se amplifica que a diplomacia pública tem terreno para se sedimentar. Segundo Nicholas Cull, diplomacia pública é “o esforço de um ator internacional de administrar o ambiente internacional mediante o compromisso com um público estrangeiro” (CULL, 2008, tradução minha)⁶. Jan Melissen, por sua vez, esclarece que a diplomacia pública é constituída por duas facetas: uma interna e outra externa, uma vez que “o senso de identidade nacional dos cidadãos, assim como a forma como se sentem em relação ao seu país, ajuda a

⁵ Plano de paz mundial, no contexto da Primeira Guerra Mundial, discursado em 1918 pelo então presidente dos EUA – Woodrow Wilson – que visava estabelecer as diretrizes das negociações de paz.

⁶ Tradução do original em espanhol: el intento de un actor internacional de gestionar el entorno internacional mediante el compromiso con un público extranjero.

projetar a identidade desse país internacionalmente” (MELISSEN, 2008, tradução minha)⁷.

Ou seja, apesar de a definição de Cull focar no público estrangeiro, Melissen destaca que a diplomacia pública é mais abrangente, englobando atores internacionais estratégicos que servem ou servirão como líderes de opinião, mas também “pessoas ordinárias com acesso direto à informação”. Para este autor, a diplomacia pública pode ser vista como uma “instrumentalização do *soft power*”.

Ou seja, a diplomacia pública se ocupa de projetar uma imagem favorável de uma nação a fim de influenciar positivamente a percepção do público sobre aquela nação, acrescentando, assim, o *soft power* – “fazer outros quererem os resultados que se busca, a habilidade de moldar as preferências dos outros, o poder de atração” (NYE, 2008, tradução minha)⁸ – daquele país. É importante, porém, não confundir a diplomacia pública com o que Melissen chama de “*nation branding*”, ou seja, a projeção da marca de uma nação, uma vez que a ênfase da diplomacia pública se dá primordialmente na “construção de relacionamentos mais do que na projeção de identidades” (MELISSEN, 2008). Apesar disso, essa colocação demonstra o quanto a comunicação está ligada à diplomacia pública, sendo, muitas vezes, o principal meio de colocar em prática este conceito.

Sobre isso, Peron (2017) conclui que “se a diplomacia pública é a atividade diplomática voltada para audiências mais amplas através de processos de circulação de informação e comunicação, isso abarca, naturalmente, o uso de mídias online”. Há, então, de se lançar mão da atualização do rol de recursos utilizados pela diplomacia pública, especialmente porque o processo não se reduz a “digitalizar” as mensagens que foram pensadas para mídias *offline*, é preciso se preparar para ouvir mais do que falar, já que “governos não controlam o que suas próprias sociedades projetam para

⁷ Tradução do original em inglês: the sense of national identity of citizens, and also how they feel about their country, helps projecting a country's identity abroad.

⁸ Tradução do original em inglês: getting other to want the outcomes you want, the ability to shape the preferences of others, attractive power.

o mundo externo. Menos ainda estão no controle de como seus países são percebidos pelos indivíduos estrangeiros e organizações internacionais” (MELISSEN, 2008)⁹.

O que mexe profundamente nos axiomas da diplomacia pública feita na era pré-internet, surgindo, assim, um outro conceito no âmbito diplomático: a diplomacia digital. Peron (2017), ao citar Sánches destaca que:

Os objetivos da diplomacia digital são a consecução dos objetivos da política exteriores de um país através do uso intensivo das redes sociais, das plataformas digitais e de outras ferramentas intensivas em tecnologias. A diplomacia digital não tem uma finalidade diferente da convencional nem um fim por si mesma (SANCHES, 2014).

Não há dúvidas de que, apesar da diplomacia digital não mudar as funções centrais da diplomacia, que seguem sendo as que orbitam em torno de negociar, comunicar e representar, há uma sensível mudança na maneira de lidar com os novos atores e de engajar o público no apoio aos objetivos da política externa em vigor.

E, levando-se em consideração que as redes sociais online são um ambiente moldado pelas práticas da esfera privada, o adaptar-se do Estado à essa lógica nem sempre é simples. A transparência e a possível ausência de intermediários no modelo comunicacional das redes, ao mesmo tempo que podem configurar uma vantagem ao abrir um diálogo direto com o público, impõem-se também como um desafio ao exigir a adaptação de linguagem, tanto do ambiente *offline* para o online, quanto da lógica formal de Estado para a informal e própria das redes.

A construção de relacionamentos por meio das redes sociais está imersa nesta lógica da informalidade, o que aparentemente é um obstáculo à diplomacia tão permeada de ritos e formalidades. Outro revés pode ser percebido no exercício da perda do controle das interpretações possíveis das mensagens passadas, estando, assim, diretamente exposto a críticas públicas, o que, por sua vez, pode levar outros indivíduos a repensarem suas considerações e, em última instância, encaminhar a opinião pública para o sentido oposto do desejado. Ao mesmo tempo, é uma excelente oportunidade de rever a forma como se fez, até então, a diplomacia pública e, ouvindo

⁹ Tradução do original em inglês: governments do not control what their own societies project to the outside world. Even less are governments in control of how their countries are perceived by foreign individuals and organizations.

críticas e sugestões, adaptar-se organicamente à maneira de se comunicar típica da internet.

Atualiza-se, assim, a maneira de fazer a diplomacia pública, a maneira de construir e manter o *soft power*, essencialmente construindo relações com um rol de atores que, antes, eram praticamente ignorados nas relações internacionais. E, para construção de relações sólidas, é necessário passar por processos de adaptação que incluem estar aberto ao diálogo, buscar a melhor forma de responder às demandas do público com que se fala e, principalmente, transmitir as mensagens de forma a criar uma comunidade que compartilhe dos valores e objetivos do emissor. É como esclareceu o secretário-geral da Organização do Tratado do Atlântico Norte, embaixador Alexander Vershbow, no Fórum sobre Diplomacia Pública em 2015: “nós devemos continuar a contar uma história convincente sobre quem somos, o que fazemos e por que fazemos”¹⁰ (tradução minha).

Dessa forma, fica claro que a chamada diplomacia digital – o uso da internet e novas tecnologias de informação e comunicação pensadas para ajudar em propósitos diplomáticos – deve ser utilizada em conjunto e seguindo a mesma lógica de continuidade da diplomacia pública; aproximando os assuntos diplomáticos dos novos atores e buscando integrar a visão da política externa à imagem que se cria do Estado em questão em todas as esferas comunicacionais, incluindo a digital.

REDES SOCIAIS

As inovações tecnológicas da virada do último século promoveram mudanças que foram além de disponibilizar novas ferramentas, ocasionando transformações profundas nas dinâmicas sociais que impactam toda a lógica sistemática em voga. Em outras palavras, as tecnologias criadas por uma sociedade para, aparentemente, atender suas demandas e desejos imediatos, causaram um efeito maior e mais profundo, em longo prazo, sobre a maneira da sociedade de pensar e agir.

¹⁰ Tradução do original em inglês: we must also continue to tell a compelling story about who we are, what we do and why we do it

Segundo Webster (2010) “novas tecnologias são um dos mais visíveis indicadores de novos tempos”¹¹. Corroborando com Bijker, evidencia-se uma “construção social dos sistemas de tecnologia”, que inclui a tecnologia como algo intrínseco à sociedade e não externo a ela e, portanto, nega que a tecnologia seja linear, teleológica e apolítica (BIJKER, 2010 apud PRIMO, 2012). Dessa forma, interessa compreender o que, de fato, são as chamadas redes ou mídias sociais, suas características, limites, possibilidades e aplicabilidades.

Os estudos de redes sociais primeiramente se deram em bases estruturais, adaptando os estudos matemáticos originais para estudos sociológicos, cujo objetivo primordial era entender as estruturas que davam suporte aos relacionamentos sociais, numa perspectiva de tempo fixo. Watts, entretanto, destaca que os elementos que compõem as redes sociais estão em constante mudança, tornando-as dinâmicas e não fixas como os primeiros estudos supuseram (RECUERO, 2004).

Dito isto, o próprio conceito de redes sociais ou mídias sociais encontra dificuldade em ser estabelecido. Primo afirma que, diante da amplitude dos termos, as melhores definições são as prototípicas que, embora não especifiquem o que une o conjunto, exemplificam, destacam funcionalidades e fazem relações que permitem a compreensão (PRIMO, 2012).

Dessa forma, este trabalho considerará que o termo “redes sociais” se refere ao conceito dado por Kaplan e Haenlein: “um grupo de aplicativos baseados na Internet construídos a partir das fundações ideológicas e tecnológicas da Web 2.0, e que permitem a criação e intercâmbio de Conteúdo Gerado pelo Usuário” (KAPLAN E HAENLEIN, 2010).

Interessa, ademais, saber como esse conteúdo gerado pelo usuário tem desafiado limites éticos e sociais. A lógica das redes sociais desperta um apreço maior pela exposição, uma vez que são fundamentadas na ideia de que quanto mais alcance, ou seja, quanto mais pessoas tiverem acesso àquele conteúdo, mais relevante aquele usuário se torna dentro da rede. Um dos efeitos mais claros disso é

¹¹ Tradução do original em inglês: new technologies are one of the most visible indicators of new times.

como a sociedade contemporânea passou a enxergar a privacidade depois da emergência das redes sociais online, de modo diametralmente oposto às percepções da Modernidade, como destaca Dal Bello:

Se antes os mecanismos de identificação feriam a privacidade do indivíduo (moderno, romântico e introspectivo) e eram sentidos como uma verdadeira invasão, a larga adesão às redes sociais digitais parece testemunhar, na modernidade tardia, o arrefecimento do sentimento de “eu” em perfis e avatares publicizados nas instâncias midiáticas da visibilidade ciberespacial (DAL BELLO, 2011).

Essa maleabilidade com a qual parte dos usuários das redes trata a questão da privacidade tem, em seu limite, consequências éticas no que tange à extrapolação da exposição própria para entrar na exposição alheia, como por exemplo vazamento de conversas, imagens ou vídeos de foro privado em busca de conseguir cada vez mais alcance e atenção. Sendo esse um dos tipos de eventos que cotidianamente põem em imediato confronto ideais de liberdade propagados como sendo base da internet e direitos fundamentais pensados majoritariamente para a sociedade pré-internet.

Foi esse emaranhado de confrontos que passou a fazer parte do cotidiano da conectada sociedade do século XXI que fez urgir a regulamentação do uso da internet, tendo em vista garantir direitos mesmo que no ambiente virtual. Neste sentido, o Brasil foi pioneiro em estabelecer um diálogo com o objetivo de regulamentar o uso das redes sociais sem prejudicar a garantia de direitos nem a liberdade de expressão, o que resultou no Marco Civil da Internet (MCI), promulgado em 2014.

Interpretações alegam que o legislador do MCI teria dado uma proeminência maior à liberdade de expressão, uma vez que o próprio objeto da lei está diretamente ligado à expressão dos usuários, mas ressalta-se que não se deve conceder à liberdade de expressão, quando da interpretação, a condição de direito absoluto (TEFFÉ et al, 2017).

Fica evidente, então, que a internet promoveu uma revolução, não só pelas possibilidades tecnológicas que carrega em si, mas porque incorreu em modificações sociais profundas que mudaram a ótica social sobre diversos temas, incluída a forma de lidar com a exposição.

TWITTER

Fundado em 2006 sob a ideia de enviar e receber mensagens curtas (até 140 caracteres à época), o *Twitter* explodiu ao ser apresentado no mesmo ano no *South by Southwest* (SxSW), festival conhecido por atrair empresários em busca de novas ideias tecnológicas para investimento – a média de 20 mil *tweets* diários subiu para 60 mil durante o evento.

Em 2019 a empresa reportou um crescimento de 6% em sua base de usuários, totalizando 330 milhões, desses, 134 milhões são considerados monetizáveis – usuários ativos e propensos a serem impactados por eventuais publicidades dentro da plataforma (FOLHA, 2019).

Entre as funcionalidades da rede que vão além da principal estão os *trending topics*, um ranqueamento dos principais assuntos do momento rastreados por meio das *hashtags* (#); o *retweet*, a replicação da mensagem de um usuário com ou sem comentário, aumentando a visibilidade daquele conteúdo; o botão de *like*, a interação que indica endosso da mensagem original; as mensagens diretas, troca de mensagem sem limite de caracteres em modo privado; e o arroba (@), função que permite mencionar diretamente outro perfil da rede.

Todas essas características possibilitam a rápida interação entre os usuários, além de um constante debate em torno de pautas muito específicas, indicando o caráter de nicho, o que levou Marcela Doria, diretora de pesquisa do *Twitter* para a América Latina, a classificar a rede como “a menor distância entre o telespectador e o conteúdo”. No mesmo contexto, ela ressaltou a contribuição da rede para programas televisivos: cerca de 13% (Set Expo, 2017).

Isso dá indícios da importância do *Twitter* na construção de debates da sociedade acerca dos mais variados temas, incluída a política. De acordo com Parlamee e Bichard (2012), a utilização deste microblog apresenta três objetivos que se destacam na vida política daqueles que seguem líderes ou atores políticos: (1) trata-se de uma forma de obter informação política rápida e sem filtros; (2) preenche o anseio dos usuários que desejam ser parte do processo político e não só receptores

de informação; e (3) é uma ferramenta de negócio para quem trabalha com política ou faz a cobertura de notícias políticas.

Evidencia-se, então, uma maior horizontalização no que concerne aos fluxos comunicacionais dentro do site, permitindo aos usuários um maior protagonismo nos fluxos, uma vez que essa relação direta entre político e eleitor no *Twitter* ressalta uma considerável diminuição na quantidade de intermediários necessários para que essa relação se estabelecesse antes das redes sociais online. Isso impactou diretamente a posição da imprensa, especialmente no que tange à cobertura jornalística.

Traquina (2008) destaca que as bases do jornalismo de dois polos – ideológico e econômico – se mantêm desde o século XIX até os dias atuais. É evidente, porém, que a internet impõe uma lógica própria às representações dos acontecimentos construídas pela imprensa. Se antes a construção de uma realidade por meio das notícias tinha pouquíssima interferência do público, agora, o público não só tem mais acesso a uma diversidade de outros pontos de vista, como também tem a possibilidade de ser ele próprio o produtor de uma notícia, gerando à classe de jornalistas dois grandes desafios para alcançar um diferencial: agilidade e credibilidade.

É nesse sentido que se dão os ajustes na produção jornalística pensada para a internet – o jornalismo digital – em que as mudanças vão desde a hierarquização invertida de informações até modificações no valor notícia. O critério de noticiabilidade, na prática, é permeado de injunções políticas, econômicas e até mesmo conjunturais, como a estrutura organizacional dos veículos, por exemplo. Em tempos em que a comunicação se dá majoritariamente por vias digitais, é natural que entre os aspectos circunstanciais que influenciam diretamente a produção jornalística se insira a lógica própria desse meio, especialmente a influência direta do público. Assim, Hanzen (2015) destaca que “o poder de decidir o que deve ou não ser notícia já não está mais centralizado só no eixo profissional”.

Fica claro, então, que o que o senso comum entende por imprensa – um conglomerado de empresas de comunicação cuja principal função é informar a sociedade – não mais detém o mesmo poder de *gatekeeping* e agendamento que outrora deteve. De acordo com Castilho (2014) citado por Hanzen (2015): “diante da

frenética produção noticiosa e da reprodução das informações dos leitores, a imprensa se transformou numa repassadora de recados”.

Por outro lado, é preciso considerar que a credibilidade da imprensa, ainda que em queda, continua relevante, no sentido de que ainda se espera da imprensa o papel de checagem de fatos, um ativo substancial de diferenciação em um mundo cuja oferta de informações noticiosas é grandiosa e dada em uma velocidade nunca antes vista.

Portanto, mesmo em meio à alta velocidade da notícia e a uma oferta representativa de diversas fontes, incluído o próprio público, a credibilidade demonstrada por meio da checagem de fatos, aprofundamento conjuntural e uma apresentação mais completa da notícia ao público é um ativo que está principalmente nas mãos da imprensa por ser especialmente dela essas características.

Ademais, mesmo que as redes sociais ganhem cada vez mais força como veículos de mídia e permitam uma comunicação direta com o público, ser pautado na imprensa ainda se faz primordial tanto em termos de alcance de maior público, quanto em termos de angariar sua credibilidade, o que são dois passos fundamentais na construção de uma imagem.

Assim, a imprensa não pode ser um instrumento a ser usado pelo Estado como forma de transmitir sua narrativa, mas uma aliada que intermedeia Estado e sociedade no que tange às informações e que deveria centrar-se no papel de aprofundar a conjuntura em questão, afastando-se da tentação do papel de repassadora de recados. Muito embora seja considerável que, para a legitimação de alguns governos, o silêncio e a concordância da mídia com as narrativas oficiais sejam aspectos fundamentais, há o interesse público que não deve ser ignorado.

Em um mundo que clama cada vez mais por transparência e tem desenvolvido mais e mais mecanismos para possibilitá-la, o papel do Estado em passar informações à população é cada vez mais cobrado. Para a diplomacia, cujas origens estão repletas de mistérios e acordos secretos, isso pode se impor como um grande desafio, assim como o é para a imprensa.

Pensando, então, no exposto neste capítulo, o axioma deste trabalho se desenvolve em torno do papel da diplomacia no fluxo comunicacional que se

estabeleceu no século XXI. Especialmente como a chancelaria brasileira tem utilizado as potencialidades que são frutos de toda essa revolução comunicacional protagonizada pela internet para fomentar a diplomacia pública do Itamaraty; sem deixar de verificar, por consequência, como a imprensa brasileira tem se posicionado na cobertura jornalística sobre política externa.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com vistas a compreender como o Ministério das Relações Exteriores (MRE) utiliza-se das redes sociais no seu exercício de diplomacia pública, optou-se por utilizar uma combinação de duas metodologias de pesquisa: o estudo de caso e a análise de conteúdo.

Segundo Yin (2001), um estudo de caso prevê as seguintes etapas para sua formulação: as questões do estudo, possíveis proposições, unidades de análise, lógica que une os dados às proposições (se houver) e, por fim, os critérios de interpretação.

No presente trabalho, as questões postas pretendem analisar a gestão de redes sociais do Itamaraty e seu possível impacto sobre a imagem da chancelaria brasileira aos olhos de seus diversos públicos. Por se tratar de um tema substancialmente novo e, portanto, pouco explorado, não couberam proposições ou hipóteses, é um estudo exploratório que, mais do que responder questões, pretende levantar outras tantas e apontar novos caminhos para futuros estudos da área.

A unidade de análise abrange duas esferas que se entrelaçam frequentemente: os jornais e as redes sociais. Serão, então, a cobertura da mídia e a produção de conteúdo próprio do *Twitter* do MRE os dois núcleos básicos de análise sobre um evento comum, no caso, a crise ocorrida na fronteira do Brasil com a Venezuela em fevereiro de 2019.

A escolha do *Twitter* como rede social a ser analisada se dá por uma série de fatores. Essa rede social já passou por diversas fases de amadurecimento e, hoje, pode ser considerada uma rede que, embora não apresente números tão grandiosos quando comparados aos do Instagram ou *Facebook*, por exemplo, possui uma significativa quantia de usuários. Essa mídia também ostenta uma segmentação maior de público, se vendendo como a distância mais próxima entre o usuário e aquilo que mais lhe interessa, o que leva a crer que os diversos nichos existentes nos mais de 120 milhões de usuários da rede são tratados de maneira mais aprofundada (FOLHA, 2019).

Além disso, o uso do *Twitter* como ferramenta de comunicação política e informacional pode ser considerado consolidado. Não à toa, o governo brasileiro que assumiu em 2019 delimitou a plataforma como um canal oficial, propondo a todos os seus ministros a manutenção de um perfil nesta rede, o que inclui o atual chanceler brasileiro, Ernesto Araújo, que somente aderiu ao *Twitter* depois que se tornou ministro de relações exteriores.

Por outro lado, os usuários do *Twitter*, segmentados que são, não refletem, por óbvio, a composição da totalidade da população brasileira. Dessa forma, a utilização de mídias mais tradicionais, como os jornais e revistas, como meio de informação, ainda é uma realidade que precisa ser considerada; sendo este, então, o outro núcleo que compõe a análise deste estudo.

Sob o pano de fundo da crise na fronteira entre Brasil e Venezuela, portanto, será traçado um paralelo entre o conteúdo produzido e disponibilizado pelo Ministério das Relações Exteriores através de seu perfil institucional no *Twitter*, bem como o do chanceler Ernesto Araújo, e a cobertura dos jornais sobre o tema. Espera-se compreender a habilidade das redes sociais do Itamaraty tanto de pautar quanto de imprimir nas mídias de maior alcance de público a narrativa construída em suas redes sociais, por isso, os critérios de interpretação do estudo de caso em questão serão os próprios à análise de conteúdo.

A análise de conteúdo, segundo Bardin (2011), desenvolveu-se nos Estados Unidos e teve como primeiro material de análise o jornalístico, originalmente com enfoque quantitativo. Foi o contexto da Segunda Guerra Mundial que despertou o interesse pelo simbolismo político das matérias jornalísticas e sistematizou a análise de conteúdo, definindo-a como “uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (BERELSON, 1954).

A organização da análise, ainda segundo Bardin (2011), se dá em três partes: a pré-análise, em que se escolhem os documentos a serem analisados, estabelecem-se hipóteses e elaboram-se os indicadores; a exploração do material, fase em que ocorre a codificação do material de acordo com os critérios estabelecidos na pré-análise; e o tratamento do resultado, a inferência e interpretação, processo por meio

do qual os dados tomam significados, permitindo ao analista a inferência e interpretação destes.

Neste trabalho, os documentos analisados foram escolhidos de acordo com o assunto (crise na fronteira entre Venezuela e Brasil), uma vez que se trata de um episódio significativo, porém pontual, ocorrido na última semana de fevereiro, portanto com datas delimitadas para a pesquisa (entre 20 de fevereiro e 1º de março de 2019). Além disso, sendo a primeira crise enfrentada pela chancelaria de Ernesto Araújo, foi também a primeira oportunidade de demonstrar as possíveis mudanças de posicionamento da política externa brasileira em decorrência da troca de governo e, provavelmente, os primeiros indícios da construção da anunciada nova imagem para o Itamaraty diante de seus públicos.

Para isso, foi feito um levantamento das primeiras 20 páginas do Google resultantes da pesquisa feita em 4 de abril de 2019 com as palavras chaves: *Twitter*, Itamaraty, Ministério das Relações Exteriores e Venezuela, das quais analisou-se somente as matérias tidas como “únicas”, ou seja, aquelas que não se repetiram, pois, uma vez que o intuito é analisar o conteúdo da matéria, concluiu-se que era desnecessário analisar a mesma matéria somente porque fora publicada em mais de um veículo.

Ao optar por analisar matérias que aparecem nas 20 primeiras páginas do maior buscador online da atualidade, opta-se, em verdade, pelo maior número de diversidade e aleatoriedade quanto possível em termos de oferta de notícias, na tentativa de buscar um retrato mais amplo do que a análise de um número pré-determinado de veículos.

As matérias únicas foram, posteriormente, categorizadas como forma de facilitar a compreensão geral em termos de assuntos abordados, enquadramento, fontes, exploração de conjuntura, levantamento de contrapontos ou esclarecimentos às fontes utilizadas, condições de produção das matérias e tipo de publicação. Assim, foi possível delimitar indicadores mais adequados à diversidade do material recolhido.

O resultado das mais de 120 matérias jornalísticas, da gestão de comunicação do ministério em relação ao assunto e de possíveis indícios de construções de imagem neste início de nova gestão será analisado a seguir.

PESQUISA

A pesquisa se deu em duas partes, a primeira foi a análise e o levantamento de dados dos perfis do chanceler brasileiro (@ernestofaraujo) e do Ministério das Relações Exteriores (@ItamaratyGovBr) no *Twitter*, a segunda foi o levantamento e análise dos dados coletados das matérias constantes nas 20 primeiras páginas do Google referentes às palavras chaves “itamaraty”, “ministério das relações exteriores”, “Venezuela” e “*twitter*”, além do recorte temporal entre 20 de fevereiro de 2019 e 1º de março do mesmo ano.

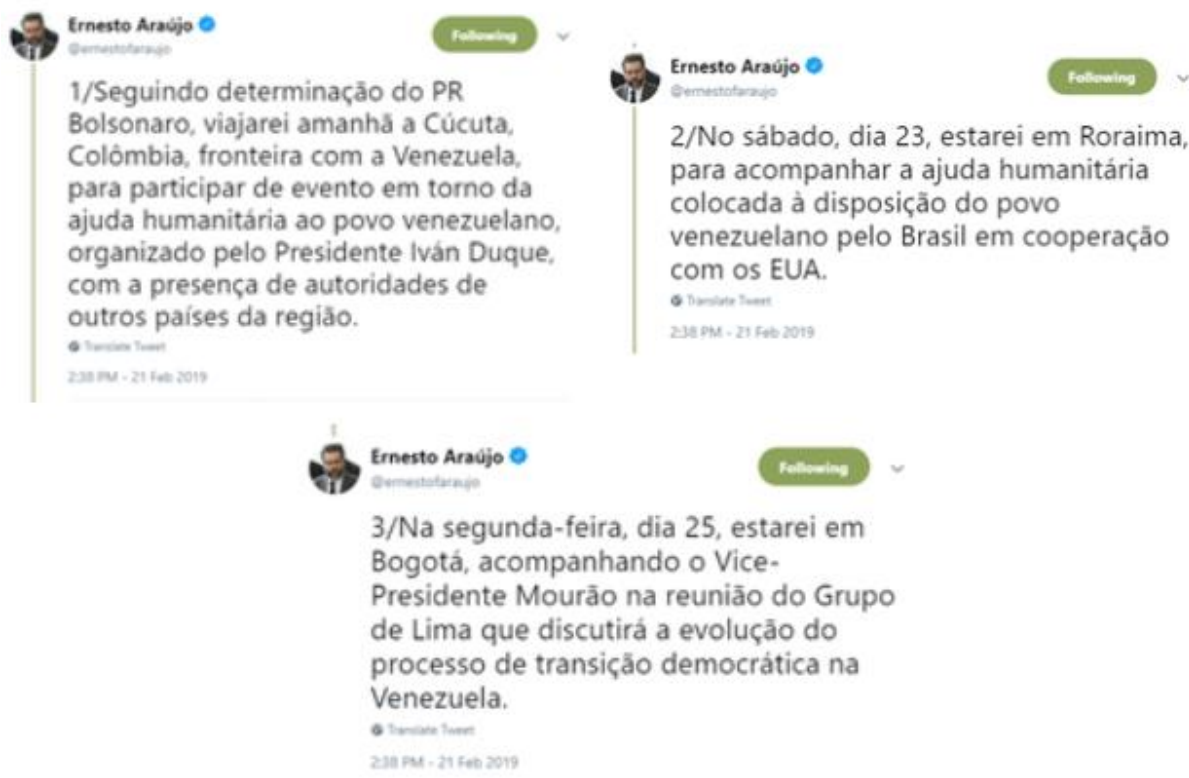
A seleção dos *tweets* para este trabalho considerou os mesmos critérios, ao todo foram selecionados 12 *tweets* de ambos os perfis que foram publicados dentro do mesmo recorte temporal e temático.

É preciso considerar que as palavras chaves são fundamentais para compreender os resultados da pesquisa a seguir e foram escolhidas justamente para filtrar matérias em que os dois núcleos de análise – o MRE e o *Twitter* – estivessem em evidência. A partir delas, então, foram mapeadas 127 matérias noticiosas diretamente relacionadas ao tema, de todas essas, porém, 79 eram únicas e foram essas as analisadas, as outras 48 eram somente cópias das 79 originais e, por isso, foram desconsideradas na análise de conteúdo.

TWITTER MRE E CHANCELER

Aproximadamente um mês depois de receber a solicitação de ajuda humanitária de Juan Guaidó – feita em 30 de janeiro – e em concertação com a Colômbia e os Estados Unidos para o chamado “Dia D”, o chanceler Ernesto Araújo anunciou a determinação do presidente em enviá-lo para Colômbia para participar da organização do evento, bem como seu regresso ao Brasil para coordenar a ação a partir de Roraima e o plano de participar da reunião de Grupo de Lima, agendada para a segunda-feira posterior ao ato, como pode ser observado na imagem 1:

Imagem 1: Ida à Colômbia



Fonte: *tweets* de @ernestofaraujo de 21/02/2019

Já na Colômbia, o chanceler publicou um vídeo em que comenta o encontro que teve com o presidente colombiano Iván Duque. No vídeo, o chanceler classifica o governo Maduro como ilegítimo e se posiciona em prol da “transição democrática na Venezuela” (sic), conforme imagem 2.

Imagem 2: Vídeo contra Maduro

 **Itamaraty Brasil**   @ItamaratyGovBr · Feb 22 

Em Cúcuta, na Colômbia, o ministro @ernestofaraujo discutiu a situação humanitária na #Venezuela com os presidentes Ivan Duque, da Colômbia, Mario Abdo Benítez, do Paraguai, Sebastián Piñera, do Chile, e representantes de vários outros países.

 Translate Tweet



0:49 16.7K views

Ministro Ernesto Araújo em Cúcuta

 53  372  1.3K 

Fonte: *tweet* de @itamaratygovbr de 22/02/2019

No dia seguinte, já em Roraima, o perfil institucional do Itamaraty publica uma foto do chanceler ao lado de Maria Teresa Belandria, a representante venezuelana designada por Juan Guaidó para o Brasil (imagem 3).

Imagem 3: Embarque ajuda humanitária



Fonte: *tweet* de @itamaratygovbr de 23/02/2019

Através da publicação de um vídeo, o chanceler anuncia que “o primeiro caminhão já está em território Venezuelano”, ele completa dizendo esperar que “esta seja a primeira gota de um oceano de ajuda que entrará na Venezuela” (imagem 4).

Imagem 4: Anúncio de chegada do 1º caminhão



Fonte: *tweet* de @iatamaratygovbr de 23/02/2019

Devido ao agravamento do conflito na fronteira, o governo brasileiro condenou os atos do governo venezuelano divulgando nota através do *Twitter* (imagem 5):

Imagem 5: Nota oficial



Fonte: *tweet* de @itamaratygovbr de 23/02/2019

Após a publicação da nota, o perfil do MRE no *twitter* só voltou a postar conteúdo referente à Venezuela depois de 5 dias, quando do encontro do chanceler Ernesto Araújo com o autoproclamado presidente interino venezuelano Juan Guaidó (imagem 6).

Imagem 6: Recepção de Juan Guaidó no Palácio do Itamaraty



Fonte: *tweet* de @itamaratygovbr em 28/02/2019

A última publicação feita tanto pelo perfil do Itamaraty quanto através do perfil do chanceler brasileiro sobre a Venezuela dentro do recorte temporal estabelecido neste trabalho, que finda em 1º de março, foi um vídeo sobre a reunião que o chanceler teve com o vice-presidente brasileiro Hamilton Mourão sobre Juan Guaidó.

No vídeo, o chanceler comenta a sua análise sobre a visita de Juan Guaidó, deixando claro seu apoio a Guaidó a quem Araújo chama de “presidente Guaidó” (imagem 7).

Imagem 7: Coletiva de imprensa



Fonte: *retweet* por @itamaratygovbr de *tweet* de @tvbrasilgov em 01/03/2019

Dentre os assuntos abordados no *Twitter* nesse ínterim, estão: o envio de ajuda humanitária, o posicionamento brasileiro contrário a Maduro e o apoio a Juan Guaidó.

Fica claro que, no que tange à Venezuela, o posicionamento brasileiro exposto no *Twitter* se dá no sentido de angariar apoio a Juan Guaidó e pressionar o país vizinho a uma transição de governo que o MRE classifica como democrática. Além disso, evidencia-se um firme posicionamento contrário a Maduro cujo intuito parece ser o de reforçar a dúvida existente sobre a legitimidade de seu governo e minar o apoio a ele. Ademais, como pauta inicial, o envio de ajuda humanitária à Venezuela também é explorado no sentido de reforçar os posicionamentos expostos.

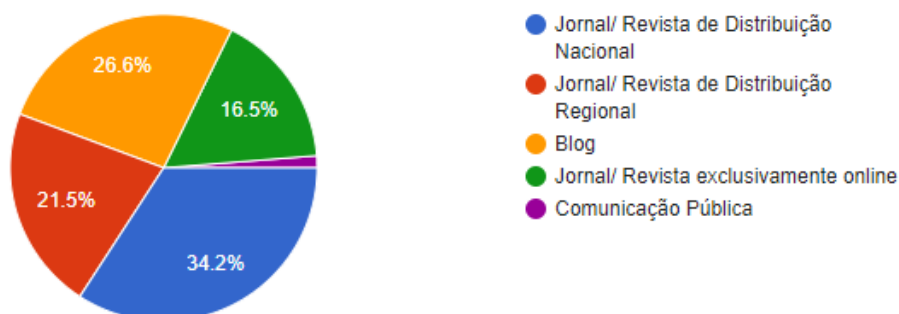
COBERTURA DA IMPRENSA BRASILEIRA

Apesar de a pesquisa ter se dado em ambiente totalmente online, é evidente que os veículos tradicionais de mídia – jornais e revistas – que outrora dominavam o setor, continuam a ter força e relevância também na internet, sendo os que dominam

em quantidade de matérias analisadas, especialmente os que eram de distribuição nacional quando se pensava somente em veículos impressos. Porém, se considerar também os veículos cuja distribuição se dava regionalmente, fica claro que os veículos de tradição impressa ainda são aqueles que se interessam por pautar esse tipo de assunto, sendo eles os responsáveis pela expressiva maioria das matérias analisadas.

Já os veículos que nasceram pensados para a internet, como os blogs e revistas e jornais desenvolvidos totalmente online, apesar disso, ainda não possuem a expressão dos veículos com tradição impressa, nem mesmo no ambiente da web. Por último, fica evidente que veículos de comunicação pública são inexpressivos nesse sentido, sendo responsáveis por apenas 1,3% de toda a matéria analisada (figura 1).

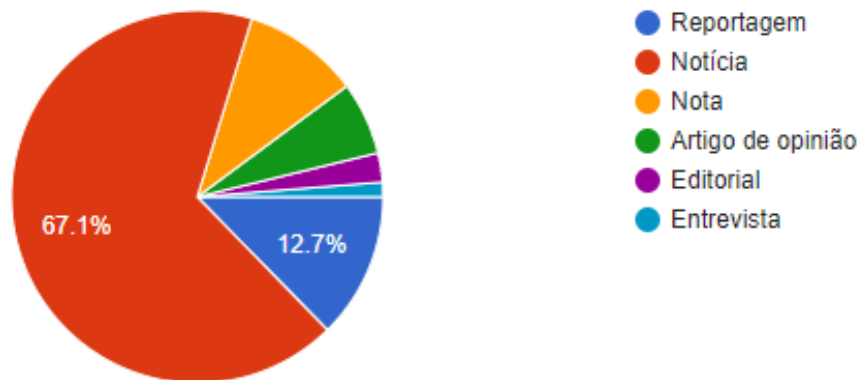
Figura 1: Veículos



Fonte: elaboração própria

O tipo de publicação mais encontrado foram as notícias, seguidas por reportagens e notas na ordem de maior aparição dentro da pesquisa, conforme figura 2.

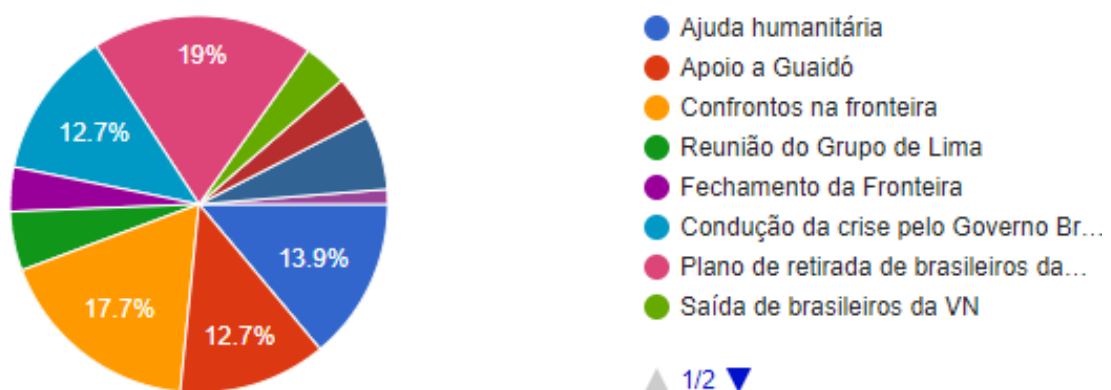
Figura 2: tipos de publicação



Fonte: elaboração própria

Dentre os assuntos centrais mais abordados pela mídia neste íterim, cinco se destacam nesta ordem: os planos de retirada de brasileiros da Venezuela em caso de agravamento do conflito, os confrontos que se deram na fronteira nas datas delimitadas na pesquisa, a tentativa de envio de ajuda humanitária para a Venezuela, o apoio do governo brasileiro a Juan Guaidó e a condução do governo brasileiro diante da crise com o país vizinho (figura 3).

Figura 3: Assuntos centrais das matérias analisadas

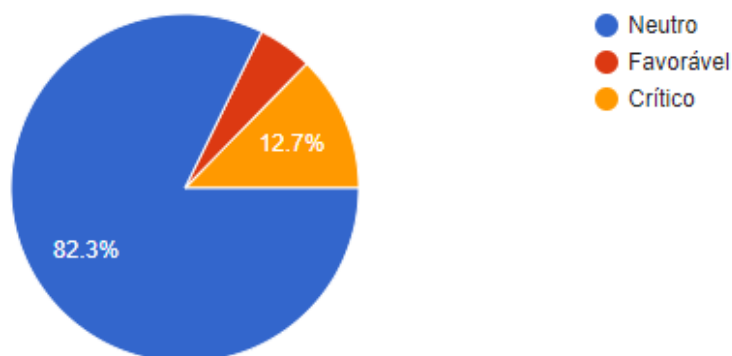


Fonte: elaboração própria

O enquadramento dado aos assuntos abordados na esmagadora maioria das vezes foi neutro, ou seja, o veículo em si não se posicionou nem crítica nem favoravelmente ao posicionamento do MRE. As críticas, porém, existiram e

apareceram em 12,7% das matérias, deixando a exceção ser o posicionamento abertamente favorável (5,1%), conforme figura 4.

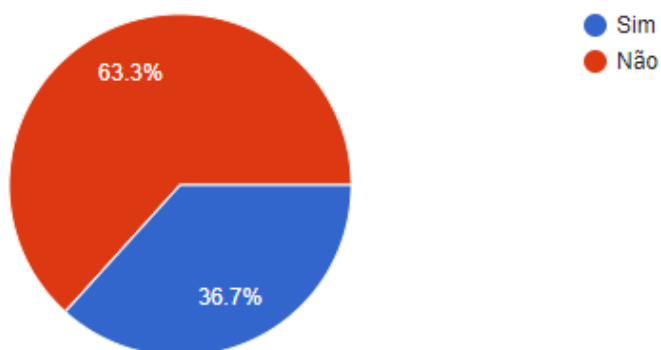
Figura 4: enquadramento do veículo relativamente ao posicionamento do MRE



Fonte: elaboração própria

Em 29 matérias, o *Twitter* do MRE ou do chanceler Ernesto Araújo foi citado como sendo a fonte primária do posicionamento do Itamaraty no que tange ao assunto abordado na matéria, como mostra a figura 5.

Figura 5: Uso do *Twitter* como fonte primária

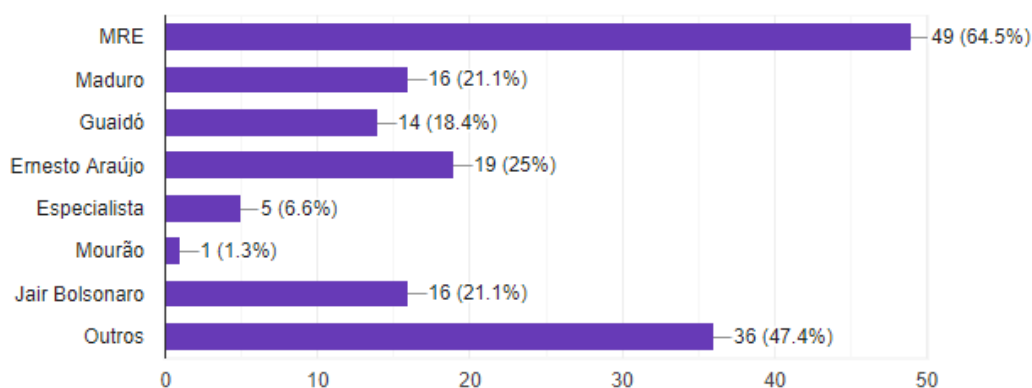


Fonte: elaboração própria

A principal fonte utilizada nas matérias foi o próprio MRE, através do *Twitter* ou não, aparecendo em 49 matérias. O ministro Ernesto Araújo foi o segundo maior

consultado, aparecendo em 19 matérias. Por outro lado, a opinião de especialistas foi um recurso ao qual se recorreu poucas vezes, aparecendo em apenas 5 matérias analisadas, como pode ser observado na figura 6.

Figura 6: Fontes utilizadas

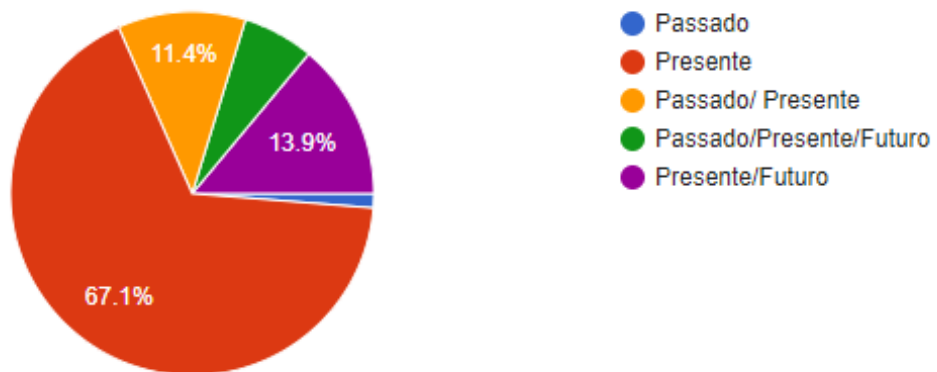


Fonte: elaboração própria

As eventuais análises de conjuntura apresentadas nas matérias foram divididas em subcategorias, isso facilitou a observação da profundidade com a qual os assuntos foram abordados. Para tanto, observou-se o recorte temporal, o tema, eventuais impressões ideológicas do veículo na matéria em questão, a apresentação de fatos além das eventuais fontes primárias, a exposição de tendências e, finalmente, a manifestação de algum prognóstico.

Com relação ao recorte temporal, fica evidente o imediatismo ainda presente nas matérias noticiosas, a grande maioria (53) se ateve ao tempo presente que, no contexto desta pesquisa coincide com o recorte temporal da mesma (entre 20 de fevereiro e 1º de março), sem buscar antecedentes ou prospectar possíveis futuros. 11 matérias analisadas demonstraram possíveis ocorrências considerando o andamento dos acontecimentos, oferecendo algum tipo de subsídio para inferir possíveis evoluções dos fatos. Outras 9 recorreram ao passado para contextualizar o presente. Mas apenas 5 matérias analisadas buscaram fatos anteriores e possíveis fatos posteriores. Somente 1 abordou um recorte temporal inteiramente fundamentado no passado distante (figura 7).

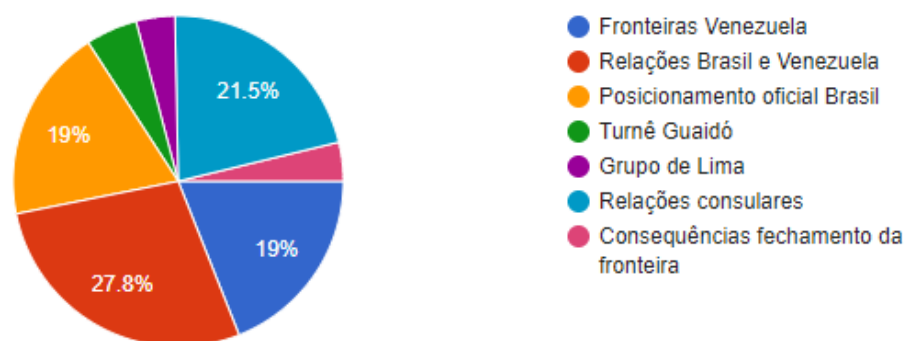
Figura 7: Recorte Temporal



Fonte: elaboração própria

No que tange ao macro tema abordado nas matérias, a figura 8 mostra os principais resultados: 22 versavam sobre as relações diplomáticas entre Brasil e Venezuela, 17 sobre as relações consulares dos dois países, 15 sobre os confrontos nas fronteiras venezuelanas e outras 15 sobre o posicionamento oficial do Brasil diante da crise. Outros temas abordados foram o Grupo de Lima (4), o fechamento da fronteira (3) e a turnê na América do Sul de Juan Guaidó (3).

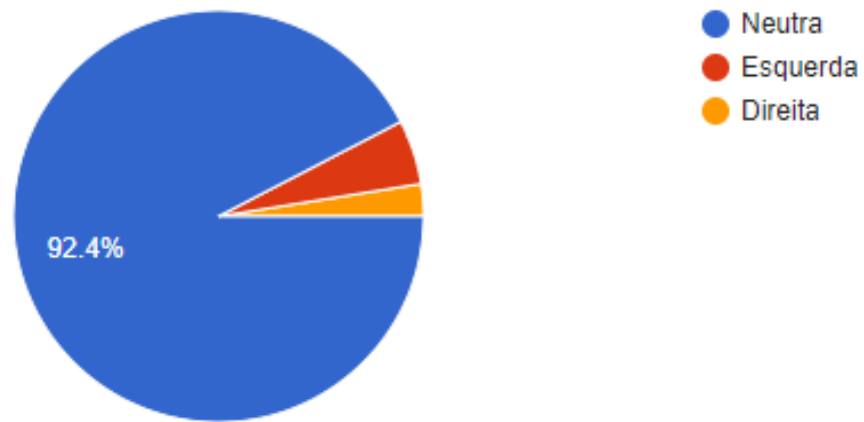
Figura 8: Macrotemas



Fonte: elaboração própria

No que diz respeito à expressão da ideologia do veículo na matéria, a esmagadora maioria (73) não demonstraram nenhuma, 4 eram expressamente posicionados à esquerda do espectro político e 2 à direita, como se nota na figura 9.

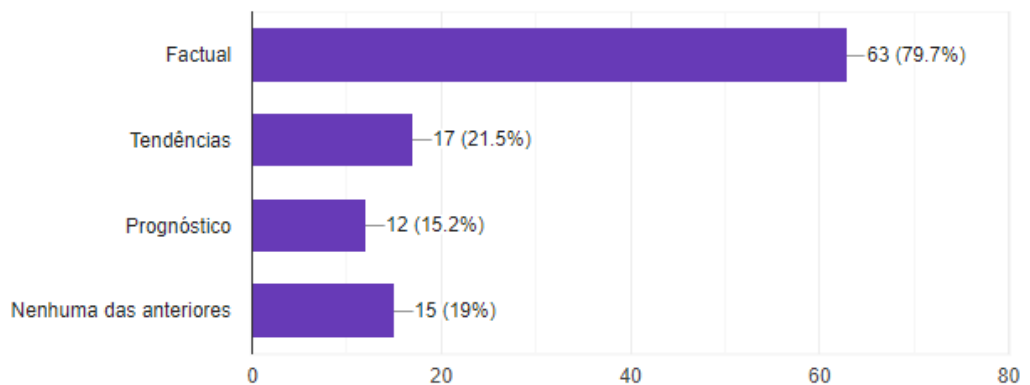
Figura 9: Ideologia expressa na matéria



Fonte: elaboração própria

Quanto aos outros fatores conjunturais, o mais comum era o relato dos fatos, presente em 63 matérias. Tendências foram delineadas em 17 e prognóstico em 12. É interessante notar também que em 15 matérias nenhum desses fatores foram abordados, conforme figura 10:

Figura 10: Fatores Conjunturais

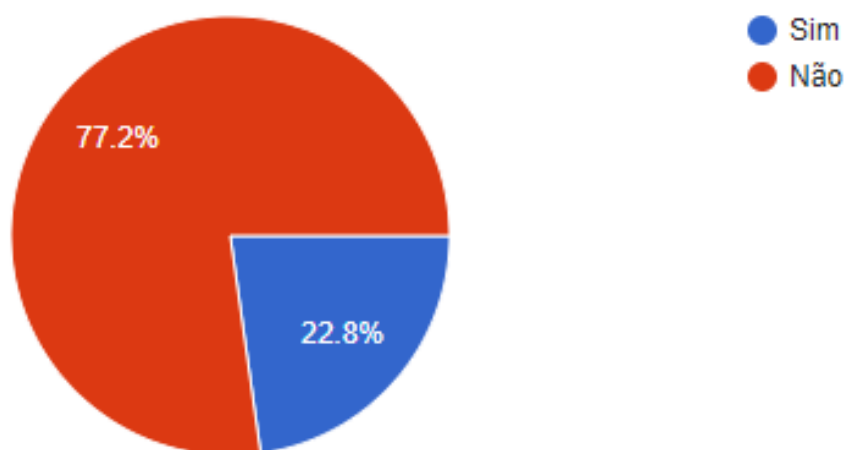


Fonte: elaboração própria

Além da conjuntura, no intuito de compreender como a narrativa do MRE está sendo apresentada na imprensa, observou-se também a incidência de eventuais esclarecimentos ou denúncias relacionadas ao posicionamento brasileiro em toda a

sua completude. Apenas 18 matérias esclarecem pontos factuais que deixaram de ser abordados pelo Itamaraty em suas notas oficiais, como mostra a figura 11:

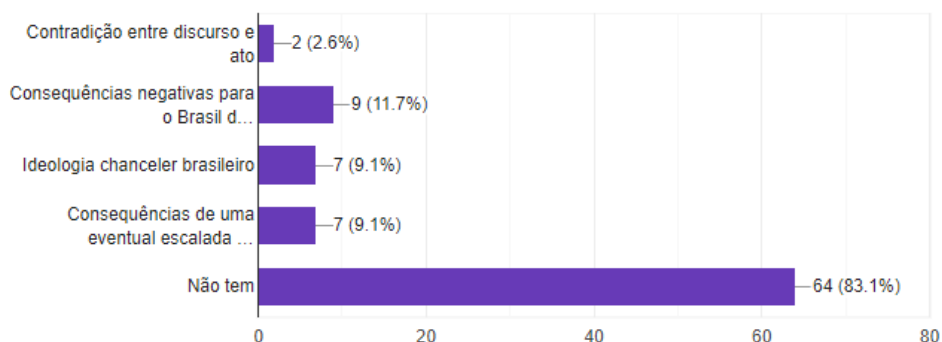
Figura 11: Esclarecimentos ao posicionamento do MRE



Fonte: elaboração própria

Menor ainda é o número de matérias que chamam atenção para alguma incongruência no posicionamento do MRE (15), sendo que a maioria das críticas giram em torno de consequências negativas para a imagem do Brasil a partir da nova política externa posta em prática, como se observa na figura 12:

Figura 12: Críticas ao MRE



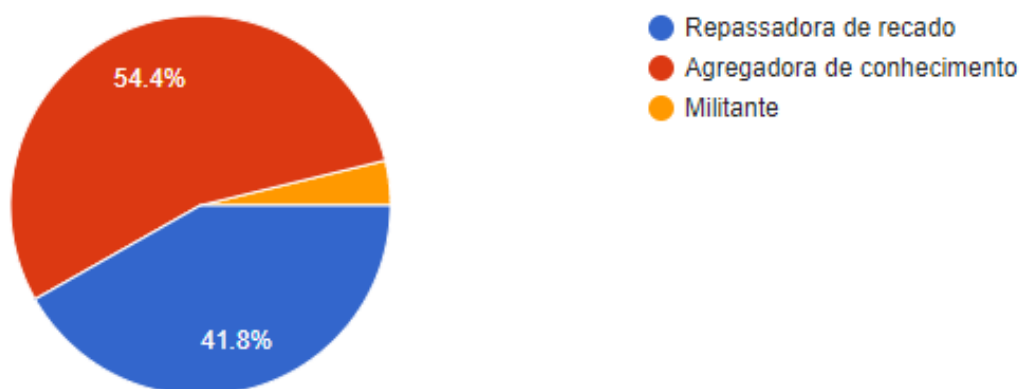
Fonte: elaboração própria

Tendo em vista as categorias anteriormente abordadas, categorizaram-se as matérias em 3 tipos distintos: repassadora de recado, agregadora de conhecimento e

militante. O primeiro tipo envolve as matérias que não se preocuparam em oferecer fatos que iam além da fonte, reproduzindo, basicamente, o que a fonte dizia, sem qualquer interferência. Já o segundo tipo abriga as matérias que se preocuparam em ir além dos fatos já apresentados pelas fontes, buscando acontecimentos ocorridos anteriormente ao assunto abordado e/ou prospecção de possíveis futuros. Já o terceiro tipo reúne as matérias que claramente se propõem a advogar por um lado do espectro político e cujo objetivo é chamar o público para algum tipo de ato ou modelação de pensamento.

A maioria das matérias se encontram no segundo tipo (43), porém é expressiva a quantidade de matérias pertencentes ao primeiro (33), como se vê na figura 13:

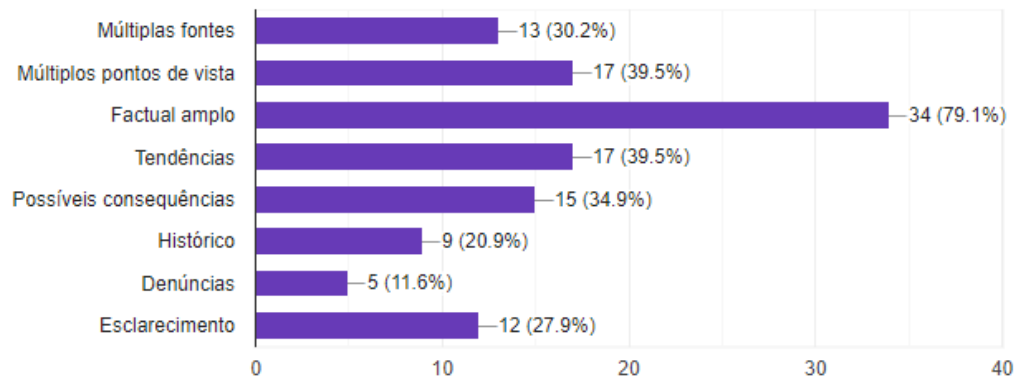
Figura 13: Classificação das matérias



Fonte: elaboração própria

No que concerne somente às matérias classificadas no tipo “agregadora de conhecimento”, o recurso mais utilizado para tanto foi a exploração de um factual amplo, indo além do fornecido pelas fontes. A apresentação de múltiplos pontos de vista e o delineamento de tendências também foram fatores decisivos para classificá-las no tipo 2, como mostra a figura 14:

Figura 14: Principais recursos agregadores de conhecimento

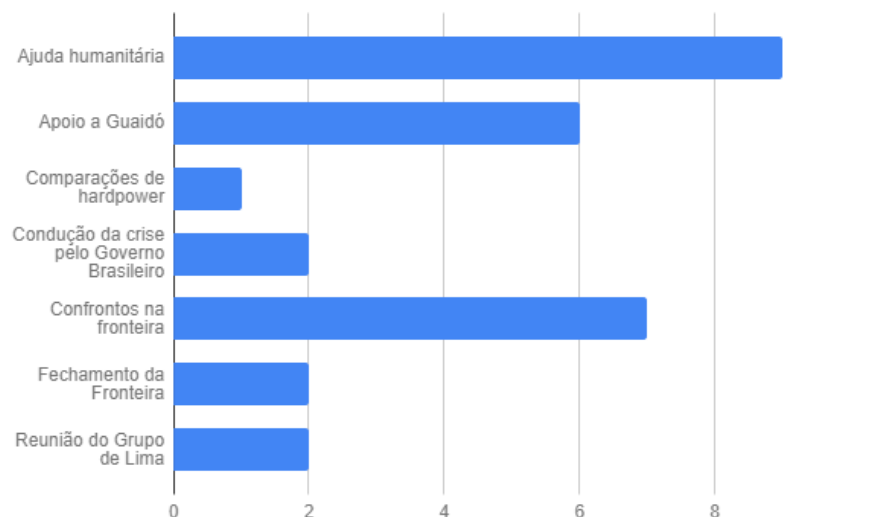


Fonte: elaboração própria

Embora inúmeros cruzamentos dos dados disponíveis da pesquisa sejam possíveis, optou-se por priorizar aqueles que estejam diretamente relacionados ao núcleo central da pesquisa: o *Twitter* do MRE e a imprensa.

Os 3 principais assuntos das matérias que usaram o *Twitter* como fonte foram, nesta ordem: ajuda humanitária, os confrontos na fronteira entre Brasil e Venezuela e o apoio dado pelo governo brasileiro a Guaidó, como mostra a figura 15:

Figura 15: Assuntos das matérias cujo *Twitter* foi fonte

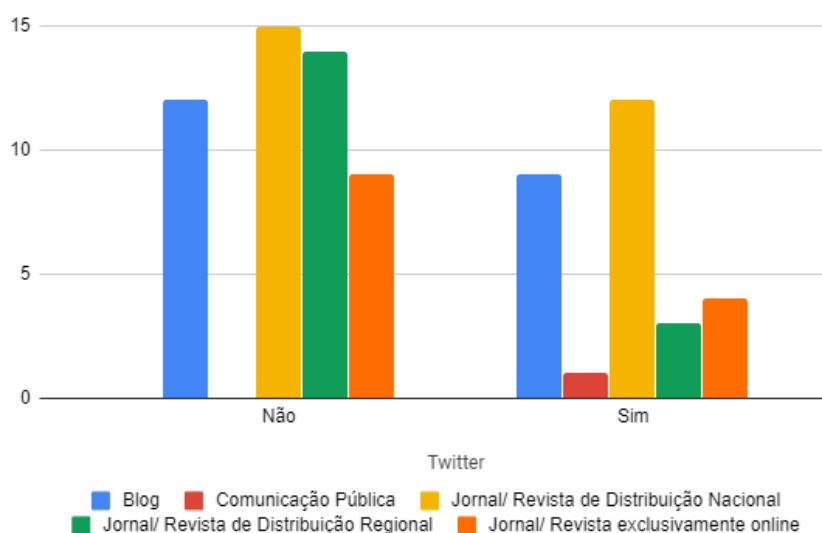


Fonte: elaboração própria

O perfil dos veículos que utilizaram o *Twitter* como fonte primária se distingue um pouco dos que optaram por não utilizá-lo. Embora ambos sejam liderados pelos

veículos de tradição impressa de distribuição nacional, observa-se que os blogs e os veículos que já nasceram pensados para atuar no ambiente estritamente online foram mais propensos a utilizar o *Twitter* como fonte (figura 16):

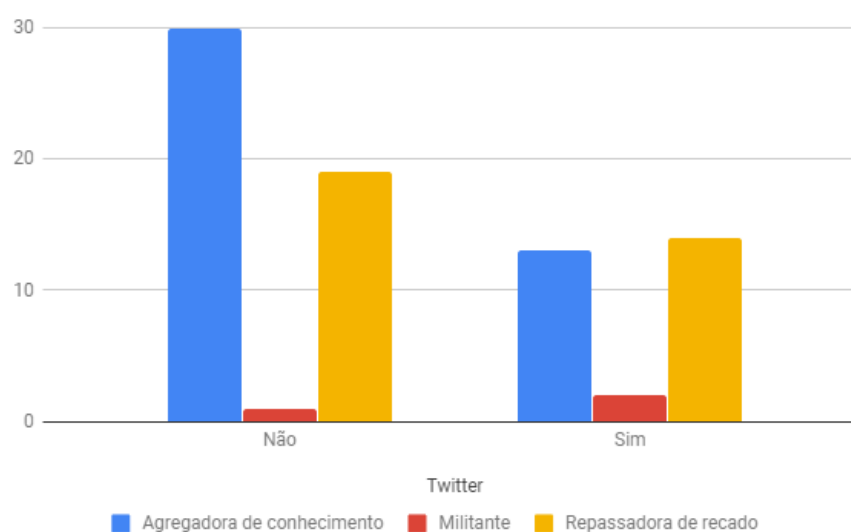
Figura 16: Perfil dos veículos que utilizaram *Twitter* como fonte



Fonte: elaboração própria

Já no que tange ao tipo de matéria produzido, as que utilizaram o *Twitter* como fonte foram menos propensas a agregar conhecimento quando comparadas às que não utilizaram a rede social: 48% das matérias que utilizaram a rede foram classificadas como repassadora de recados, contra 38% das matérias que não a utilizaram, como pode ser observado na figura 17:

Figura 17: Agregação de conhecimento em matérias que utilizaram *Twitter* como fonte



Fonte: elaboração própria

DISCUSSÃO

A ascensão das redes sociais como relevantes canais de comunicação evidencia a importância de uma boa gestão delas. Tratando-se de diplomacia pública no mundo contemporâneo permeado de tecnologias que impactam a lógica sistemática em voga na sociedade, torna-se primordial o uso dessas redes com vistas a dialogar diretamente com a sociedade.

Levando-se em consideração as mudanças ocorridas no âmbito diplomático rumo a uma maior transparência e no âmbito comunicacional no sentido de eliminação de intermediários, o fato de o MRE alimentar o seu perfil do *Twitter* constantemente já demonstra um esforço para se enquadrar nessas tendências.

Sendo a diplomacia pública a instrumentalização do *soft power*, conforme Melissen (2008) afirma, na tentativa de criar relações com os distintos públicos relevantes, é necessário que o enfoque de gestão dessas redes seja, então, o engajamento com esses públicos. Ocorre que, mesmo diante da crescente facilidade de acesso a redes sociais no Brasil, a imprensa ainda se mantém como peça-chave, seja para qualificar debates, aprofundar temas ou amplificar o alcance da mensagem posta nas redes, por exemplo. O uso do *Twitter* a fim de dialogar com a sociedade e com a imprensa se mostra, portanto, útil, embora não suficiente, já que o próprio

formato dessa rede, em especial o limite de caracteres, privilegia, em geral, rápidas constatações em detrimento de um maior aprofundamento do assunto em pauta.

Respondendo ao objetivo geral deste trabalho, a pesquisa apresentada foi satisfatória para a descrição e análise do *Twitter* do MRE no caso exposto. Apesar de um curto espaço temporal, a relevância do evento foi suficiente para demonstrar a tendência de utilização desta rede pela gestão Araújo.

Quanto ao primeiro objetivo específico – identificar de que forma as redes sociais contribuem para ampliar o *soft power* – apesar dos indícios, a pesquisa não se mostrou suficiente para atingi-lo, uma vez que a percepção do *soft power* de um Estado se dá de maneira mais complexa e envolve a percepção de distintos públicos maiores do que o que a imprensa nacional e as redes sociais representam. Dessa forma, para atingir esse objetivo seria necessário um estudo qualitativo e que envolvesse o público interno e externo, incluídos governos de outros Estados, a imprensa estrangeira, organizações internacionais, cidadãos estrangeiros, etc.

Já em relação ao segundo objetivo específico do trabalho – investigar a influência direta do uso dessas redes na análise da imprensa sobre a política nacional – a pesquisa realizada se mostrou satisfatória para analisar essa relação, trazendo resultados expressivos que a evidenciam.

Tendo em vista que o MRE e o ministro Ernesto Araújo foram as fontes mais citadas em todas as matérias, é notória a existência de uma “neutralidade favorecida”, uma vez que as matérias classificadas como “repassadora de recado”, em sua maioria, se dão dentro da recusa do veículo de se posicionar. Ao optar por não agregar conhecimento de nenhuma forma, repassa-se a construção quase integral da narrativa original, no caso, o posicionamento do MRE na maioria das vezes.

Outro ponto que reforça essa “neutralidade favorecida” é o raro uso de ferramentas de contrapontos aos posicionamentos oficiais do governo. Um exemplo disso se dá nas matérias que abordaram o envio de ajuda humanitária: apesar de o governo brasileiro ter anunciado a chegada de caminhões em solo venezuelano, omitiu de seu anúncio o fato de que eles não cruzaram a barreira militar instalada pelo governo venezuelano; porém apenas 36% das matérias evidenciaram esse detalhe,

ou seja, 64% das matérias sobre esse assunto reproduziram o discurso do MRE praticamente sem interferências. Em uma abordagem mais geral, isso fica evidente na baixíssima incidência geral de esclarecimentos ou denúncias feitas nas matérias.

E mesmo quando se olha para o estudo de forma global, a incidência de esclarecimentos (22%) e de denúncias (16,9%) é pouco representativa, indicando que boa parte da imprensa, quando da cobertura sobre a primeira grande crise da política externa da gestão Araújo, optou por não fazer nenhuma contestação, mesmo que factual, como a exemplificada acima.

Fica claro, então, que a tendência apontada por Castilho (2014) no sentido de que a velocidade e a pressão por reprodução de informações dos leitores transformaram a imprensa em “repassadora de recados” se mostra, também, na relação da imprensa com as redes sociais de instituições públicas, no caso o MRE, quando utilizadas como fonte para a produção de matérias jornalísticas.

No que diz respeito às críticas feitas ao posicionamento oficial brasileiro, a maioria das vezes se deu em artigos de opinião ou editorial. Outros tons críticos foram também observados na abertura de espaço para especialistas que evidenciavam prejuízos ao Brasil a partir da forma como o governo escolheu conduzir a crise, muito embora os veículos em si, quando do uso deste artifício, não se manifestassem nem a favor, nem contra o ministério. Ou seja, os veículos de imprensa, em geral, mostram a tendência de não se posicionar criticamente e, quando o querem fazer, optam por terceirizar a crítica, tirando de si parte do possível ônus que um posicionamento – especialmente o político em um cenário polarizado – poderia trazer em termos de alcance e relevância diante do público.

No que tange a pautar a imprensa, fica claro que o *Twitter* se mostrou como uma ferramenta valiosa de divulgação das posições do Itamaraty, uma vez que os 3 assuntos abordados no perfil do MRE ou do chanceler neste íterim – os confrontos na fronteira, o envio de ajuda humanitária e o apoio a Juan Guaidó – figuram entre os 4 assuntos centrais mais abordados pela imprensa. Ademais, quase metade das matérias que utilizaram esta rede como fonte foram classificadas como “repassadora de recados”, evidenciando a mínima interferência do veículo na narrativa do ministério.

Fica notório, então, que a imprensa, em geral, ao fazer a cobertura deste acontecimento, tratou o assunto sem maiores aprofundamentos, facilitando a impressão quase incólume do posicionamento do Ministério das Relações Exteriores e, assim, dando abertura para a sustentação da narrativa estabelecida pelo Itamaraty no caso. A reprodução praticamente integral dos *tweets* do ministério, condenando os atos de Maduro, questionando sua legitimidade, e a exaltação de Juan Guaidó como líder legítimo da Venezuela, portanto, tiveram maior espaço na imprensa brasileira sem maiores interferências.

Os resultados da análise da cobertura da imprensa mostram duas grandes conclusões: a força que o perfil do Itamaraty no *Twitter* tem de pautar a imprensa e a adesão da imprensa brasileira no tocante à cobertura de assuntos internacionais à pauta do governo.

As conclusões são nítidas a partir dos números: todos os posicionamentos oficiais emitidos pelo Itamaraty por meio do *Twitter* foram divulgados na imprensa, grande parte das vezes de forma integral e por meio de *prints*, tirando da imprensa o papel de intermediário entre sociedade e Estado e colocando-a, muitas vezes, como mero expositor. A escolha de ser um expositor, porém, parece ser da própria imprensa, quando se recusa a aprofundar, em suas matérias, a conjuntura, buscar outras fontes, checar o factual da narrativa que está sendo oferecida pelo governo, etc.

Do ponto de vista institucional do MRE, uma imprensa desinteressada em questioná-lo é, aparentemente, algo positivo, uma vez que sua narrativa sofre pouquíssimos embates e chega à maior parte da sociedade quase integralmente, assim como chega diretamente àqueles que estão em contato direto com o Estado por meio das redes sociais.

No que tange ao papel social da imprensa, porém, fica nítido que este não está sendo bem cumprido. Levantam-se hipóteses que vão desde as limitações do modelo organizacional típico da imprensa de tradição impressa reformulado para se adequar aos tempos digitais até as implicações do próprio lugar da imprensa em um mundo em que, cada vez mais e mais rapidamente, tudo pode virar mídia. Surge com força a

ideia da adesão da imprensa ao atual governo, pelo menos no que tange às relações exteriores.

Fica clara, de qualquer forma, a necessidade de o Estado de utilizar cada vez mais as redes sociais como meio de comunicação direta com a população. O resultado desta pesquisa deixa nítido que a narrativa do Estado está passando quase ilesa pela imprensa. É preciso pensar, porém, que a tendência é a da criação de um diálogo ininterrupto entre Estado, sociedade e imprensa e que, para angariar apoio tanto da sociedade quanto da imprensa, talvez seja melhor ouvir mais do que falar. Afinal, uma vez que os fatos estão dados, o debate será público e inevitável. Nesse sentido, a diplomacia pública brasileira, mesmo que no esforço de se atualizar utilize as ferramentas contemporâneas, ainda demonstra carecer de um passo mais assertivo em direção ao debate transparente que se impõe.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As novas tecnologias trouxeram consigo mudanças profundas na sociedade que podem ser claramente observadas na comunicação. As novas lógicas impuseram grandes desafios aos gestores de comunicação em termos de adaptação de linguagem, velocidade, acesso, etc., sobretudo no que tange ao fim da comunicação unilateral com receptores passivos.

Nesse sentido, a comunicação organizacional torna-se fundamental para compreender os fluxos comunicacionais de forma holística, como defende Kunsch (2014), uma vez que “é uma disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações e todo seu contexto político, econômico e social”.

Quando se trata especificamente de comunicação na diplomacia pública, os desafios parecem ser ainda maiores e mais distantes de serem superados se comparados aos da comunicação privada. Isso se dá por uma série de fatores, entre eles a responsabilidade pública e social que o Estado tem com seus cidadãos no que se refere à transparência de informações e também o compromisso que há de construir e manter uma imagem favorável com todos os seus públicos.

Dessa forma, esta monografia teve como principal objetivo analisar a utilização do *Twitter* na diplomacia pública brasileira. Tendo em vista que a projeção de uma imagem favorável do país é um importante objetivo da diplomacia pública e que o diálogo com a sociedade, seja diretamente ou por meio da imprensa, é fundamental para essa projeção, optou-se por investigar a relação da própria imprensa com a narrativa fornecida pela chancelaria brasileira em seu *Twitter*.

Na contramão da tradicional neutralidade brasileira em relação às crises de seus vizinhos, a gestão de Ernesto Araújo escolheu a crítica contundente para lidar com a atual crise venezuelana, como foi possível observar por meio dos *tweets* publicados acerca do evento, diferenciando-se da condução dos chanceleres anteriores. Apesar da brusca mudança de posicionamento brasileiro, observou-se que a imprensa tendeu a não salientar tais transformações e acabou por, em geral, reproduzir parcial ou integralmente o discurso oficial do governo.

O estudo, então, conclui que a utilização do *Twitter* na condução da diplomacia pública é eloquente, uma vez que este se mostra como importantíssimo canal de comunicação com potencial de abranger diversos públicos; bem como constata a passividade com que a imprensa brasileira trata da cobertura de política internacional.

Outras questões, no entanto, se impuseram ao longo da feitura deste trabalho, como a construção de relacionamentos por meio das redes sociais do MRE, a instrumentalização das redes sociais na construção do *soft power* e a própria adaptação da linguagem diplomática ao âmbito informal das redes sociais.

Como afirmado anteriormente, sendo um tema pouco explorado, este trabalho tinha como missão maior apontar novos caminhos e descobrir novas perguntas mais do que responder às iniciais. A pesquisa exploratória evidenciou o longo caminho a ser trilhado pelo MRE na condução da comunicação diplomática pública. Resta, portanto, à academia e a outros interessados em melhorar os processos de comunicação pública debruçarem-se sobre o tema com vistas a otimizar estrategicamente os fluxos comunicacionais para promover a construção de relacionamentos por meio das redes sociais.

REFERÊNCIAS

ACCIOLY, Hildebrando. Tratado de direito internacional público. São Paulo. Quartier Latin, 2009, p. 533.

A história do *Twitter*. Tecmundo. 19 fev 2010. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/rede-social/3667-a-historia-do-twitter.htm>>. Acesso em 10 jun 2019.

ALTERAÇÕES na plataforma faz *Twitter* melhorar resultados. Folha. 23 abr 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/04/alteracoes-na-plataforma-fazem-twitter-melhorar-resultados.shtml>> Acesso em 10 jun 2019.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Coimbra. Almedina, 2011.

CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro. Zahar. 2001

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CASTELLS, Manuel. O poder da comunicação. São Paulo. Paz e Terra, 2016.

CERVO, Amado Luiz. Hegemonia coletiva e equilíbrio: a construção do mundo liberal. In SARAIVA, José Flávio Sombra, Relações Internacionais Contemporâneas, Ed. Saraiva, 2007.

COMO um tuíte fez a Arábia Saudita cortar relações com o Canadá. Nexo Jornal. 8 de agosto 2018. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/08/08/Como-um-tu%C3%ADte-fez-a-Ar%C3%A1bia-Saudita-cortar-rela%C3%A7%C3%B5es-com-o-Canad%C3%A1>> Acesso em: 04 jun. 2019.

CORAZZA, Felipe. MESQUITA, Lígia. Crise na Venezuela: o que levou o país ao colapso econômico e à maior crise de sua história. BBC News Brasil. 30 abr. 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-45909515>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

CULL, Nicholas J. Public Diplomacy: taxonomies and histories. The annals of the American Academy of Political and Social Science, n. 616, v.1, p.31-54, mar. 2008.

CULL, Nicholas J. The long road to public diplomacy 2.0: The internet in US public diplomacy. International studies review, n.15, v.1, p.123-139, mar. 2013.

GILBOA, Eytan. Searching for a theory of public diplomacy. The Annals of the American Academy of Political and social Science, n.616, v.1, p. 55-77, mar. 2008.

HANZEN, Elstor. Novas teorias sobre a produção jornalística. Observatório da imprensa ed. 877, 2015.

HOCKING, Brian; MELISSEN, Jan. Diplomacy in the digital age. The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2015.

HOLMES, Marcus. Digital diplomacy and international change management. In: BJOLA, Corneliu; HOLMES, Marcus (ORG.) Digital Diplomacy: theory and practice. Londres e Nova York: Routledge, 2015.

KAPLAN, A. M., &HAENLEIN, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53, 59-68.

KUNSCH, Margarida. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. MATRIZES v. 8, n.2. p. 35-61. São Paulo. 2014

MAGALHÃES, José Galvet de. A Diplomacia Pura (Associação Portuguesa para o Estudo das Relações Internacionais, Lisboa, 1982), págs. 88 e seguintes

McLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensão do homem. São Paulo. Cultrix, 2007 (1ª edição 1969).

MOITA, Luís. Nova diplomacia: paradigma, atores, espaços. Lisboa. Observare. 2006.

MOITA, Luís. Da diplomacia clássica à nova diplomacia. Lisboa. Observare. 2006.

NA era digital experiências reais são chave para o engajamento e audiência. Set Expo. 22 ago 2018. Disponível em: <<http://www.set.org.br/events/setexpo/set-expo-2017-press/na-era-digital-experiencias-reais-sao-chave-para-o-engajamento-e-audiencia/>>. Acesso em 10 jun 2019.

NEWHAGEN, J. E; RAFAELI, S. Why communication researchers should study the internet: a dialogue. Journal of communication, vol. 46, issue 1. 1996.

NYE, Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004

PELLING, Jon. When doing becomes the message: the case of the Swedish digital diplomacy. In: BJOLA, Corneliu, HOLME, Marcus (Org.) Digital Diplomacy: theory and practice. Londres e Nova York: Routledge, 2015.

PERON, Vivian. Diplomacia pública através do *Twitter* in MEHL, João Paulo (org), Silva, Sivaldo Pereira da (org). Cultura digital, internet e apropriações políticas – experiências, desafios e horizontes. Folio digital: Letra e imagem. São Paulo, 2017.

QUEM é Juan Guaidó, que se autodeclarou presidente interino da Venezuela. G1. 24 jan 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/01/24/quem-e-juan-guaido-que-se-autodeclarou-presidente-interino-da-venezuela.ghtml>>. Acesso em 04 jun 2019.

RECUERO, Raquel. ZAGO, Gabriel. “RT, por favor”: considerações sobre a difusão de informações no *Twitter*. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos, vol. 12. N.2. p.69-81, maio/agosto 2010.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização. Record. São Paulo, 2001.

SOTIRIU, Sabrina. Digital diplomacy: between promises and reality. In: BJOLA, Corneliu, HOLME, Marcus (Org.) Digital Diplomacy: theory and practice. Londres e Nova York: Routledge, 2015.

TRAQUINA, Nelson. Teoria do jornalismo. Lisboa. Quimera, 2003.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis. Insular, 2008.

TEFFÉ, Chiara. MORAES, Maria Celina. Redes Sociais Virtuais: privacidade e responsabilidade civil – análise a partir do marco civil da internet. Fortaleza. Pensar, v.22, n.1, p. 108-146. 2017

WEBSTER, Frank. The Information Society Revisted. In: LIEVROUW, L. e LIVINGSTONE, S. (orgs.) The Handbook of New Media. Londres: Sage, 2003.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa. Presença, 2001.

YIN, Robert K. Estudo de Caso – Planejamento e Métodos. Bookman. Porto Alegre, 2001.