



Elecciones en Venezuela

¿Otra vez Hugo Chávez?

El chavismo incrementa el gasto social y la campaña mediática ante la amenaza opositora en las urnas

SALVADOR
Martí Puig



Pronto se abrirá en Venezuela un nuevo ciclo electoral con las presidenciales (7 de octubre), las de gobernadores (16 de diciembre) y las de alcaldes (14 de abril del 2013). En pocos meses, el mapa del poder en Venezuela puede transformarse radicalmente o dar un nuevo impulso al ya añejo proyecto de **Hugo Chávez**. El presidente es un personaje de largo recorrido en la política venezolana. Se dio a conocer en 1989 a raíz de los disturbios –el *caracazo*– que asolaron la capital como consecuencia de una subida de los precios de productos de primera necesidad. Posteriormente, **Chávez** lideró un intento golpista en 1992 contra el régimen constitucional (caracterizado por un bipartidismo estéril y clientelista) que lo mandaría a la cárcel y lo lanzaría a la fama. Una fama que capitalizó en las elecciones de 1999, cuando ganó la presidencia que conserva aún. Desde entonces **Chávez** se ha ido convirtiendo en un personaje omnipresente tanto en la vida política venezolana como en la esfera internacional.

CUANDO TODO el mundo creía que en América Latina la presencia del Estado en la economía estaba en retirada, que después de la guerra fría la relación con EEUU dejaría de ser conflictiva y que los infla-

mados discursos de cuño populista desaparecerían, **Chávez** los reactivó. A raíz de su llegada al poder Venezuela experimentó una dinámica inesperada basada en tres estrategias: una fuerte personalización de la política, un discurso encendidamente polarizado basado en un supuesto enfrentamiento entre el pueblo y la oligarquía, y la voluntad de incluir a sectores de la población que antes estaban desatendidos e ignorados por la clase política. La última de estas estrategias –la inclusión de los de «abajo»– ha dado al chavismo la capacidad de articular un discurso radical y, sobre todo, reiterados éxitos electorales.

Obviamente, este proyecto no se hubiera podido implementar sin la ingente cantidad de recursos que el Gobierno obtiene del petróleo y del excelente precio que ha tenido el crudo a lo largo de toda la década. Gracias a estos recursos el proyecto bolivariano ha desplegado en las zonas más recónditas y olvidadas del país, y en los barrios populares y marginales, programas (llamados *misiones*) de políticas públicas de salud, educación y vivienda. También gracias a este flujo imparable de recursos el Gobierno ha podido tener protagonismo en la esfera internacional, comprar la mayor parte de medios de comunicación, importar bienes que ha dejado de producir el país y enfrentarse a la empresa privada cuando esta no se ha plegado a las exigencias del mandatario.

En este contexto, la oposición nunca ha podido enfrentarse de forma efectiva a **Chávez**. Esta incapacidad de las formaciones opositoras ha servido para que el chavismo fuera,



LEONARD BEARD

progresivamente, ocupando la mayoría de resortes institucionales, hasta el punto de crear un régimen de casi monopolio calificado por **Chávez** como el «socialismo del siglo XXI». Sin embargo, desde hace unos meses la oposición ha dado nuevas señales de combatividad a través de su unión en la Mesa de la Unidad Democrática. Su estrategia ha sido, por un lado, aprovechar la figura del candidato a **Henrique Capriles Radonski**, un político joven con experiencia de gobierno en el estado de Miranda, con un discurso moderado y con el apoyo explícito del grupo mediático Globovisión, y por otro lado, criticar la difícil coyuntura de la economía venezolana,

sometida a una inflación de dos dígitos, una rampante inseguridad y el colapso de servicios como la distribución de la electricidad.

EN ESTE MARCO cabe interpretar la campaña. Además, la oposición sabe que **Chávez** no es invencible: este no consiguió ganar el referendo para reformar la Constitución que impulsó en el 2007, ni obtuvo la mayoría absoluta de los votos en los últimos comicios de septiembre del 2010. Por ello el chavismo ha reaccionado con fuerza incrementando el gasto social a través de la creación de nuevas *misiones* (Gran Misión Vivienda, Misión Con Amor Mayor y Misión a Toda Vida) y con una intensa campaña a través del Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP). Los mensajes que ha transmitido desde estos medios han sido básicamente dos: es imposible ganar a **Chávez** y la llegada de **Capriles** supondría el abandono de las *misiones* y la imposición de programas de corte neoliberal.

¿Cuál será el desenlace? Nadie lo puede predecir, si bien todas las encuestas dan una ventaja de entre 13 a 16 puntos a **Chávez**. Con todo, es importante señalar que en los regímenes donde el Gobierno mantiene un fuerte dominio sobre los recursos muchas veces los ciudadanos no son sinceros a la hora de responder en las encuestas. Además, esta vez parece que la clave del desenlace electoral depende de los indecisos, que en Venezuela se llaman *ni-nis*: ni chavistas ni antichavistas. ≡

Profesor de la Universidad de Salamanca.