

# De que vai a Revolución Bolivariana?

## Description

O pasado sábado 28 de agosto, Caracas tinguíuse de vermello revolucionario bolivariano. O concurrido Paseo dos Próceres foi escenario do desfile de centos de milleiros de *â€œmisioneirosâ€œ* que festexaban o triunfo no revogatorio.

Un relaxado Presidente, vencedor no 15 de agosto, co asesoramento de prestixiosas empresas de imaxe norteamericanas expertas en campañas electorais, repartía bicos emocionados entre as aclamacións dos adeptos, ao tempo que anunciaba unha nova fase: a *â€œRevolución dentro da revoluciónâ€œ*. Mais, ¿de que vai esta atípica revolución?

*â€œMisión Robinsonâ€œ*, para atacar o analfabetismo. *â€œMisión Robinsón IIâ€œ* para tentar acabar os estudos de primaria. *â€œMisión Ribasâ€œ* para formar novos bachareles. *â€œMisión Sucreâ€œ* para facilitar o acceso universitario. *â€œMisión Vuelvan Carasâ€œ* para loitar contra do paro. *â€œMisión Barrio Adentroâ€œ* para facilitar o acceso á saúde nos *â€œranchitosâ€œ*, ou chabolas, máis inaccesibeis. *â€œMisión Piarâ€œ* para o desenvolvemento das zonas mineiras. *â€œMisión Mercalâ€œ* para distribución da alimentos básicos a baixo custe...

Existe unanimidade entre os analistas en que estas foron as máis poderosas armas que a Revolución utilizou para gañar o referendo. Os elementos cohesionadores da maioría da poboación empobrecida que, por primeira vez en décadas, resultan dun discurso de corte populista que diríxese aos excluídos da *â€œcuarta repúblicaâ€œ* (segundo a terminoloxía chavista), un goberno que lles facilita participación nos programas sociais, nos que poden ser axentes activos.

Pero lonxe da ortodoxia desta *â€œRevolucion lightâ€œ*, houbo outros poderosos instrumentos electorais, por certo pouco revolucionarios, como o exitoso culebrón venezolano *â€œAmores de Barrio Adentroâ€œ* do coñecido escritor Román Chalbaud, no que baixo unha perspectiva oficialista comparten protagonismo opositores faltos de argumentos e revolucionarios idealistas, atravesados pola unión das caprichosas flechas de cupido.

Tampouco semella moi revolucionaria a contratación, nas entrañas do Imperio, das prestixiosas empresas de imaxe e opinión norteamericanas Evans McDonough Company e North American Opinion Research Inc; ou da empresa Greenberg Quinlan, que levou anteriormente a campaña do duo demócrata Clinton-Gore e que ten na súa carteira xenuinas marcas con sabor americano como CocaCola ou General Motors. O agregado de comunicación na embaixada venezolana en Washington, Andrés Izarra, tivo un papel destacado na contratación destes auténticos *â€œlobbiesâ€œ* de opinión e foi recompensado polo Presidente Chávez co Ministerio de Comunicación o pasado 22 de agosto.

Mais no éxito da campaña de Chávez hai elementos moito máis determinantes que os ideolóxicos, elementos de pura estrutura operativa. Así aconteceu na mobilización das súas bases para patear de vagariño os *â€œranchitosâ€œ* na procura de novos votantes simpatizantes da Revolución, para ser inscritos nos censos electorais. Si en xullo de 2003 estaban rexistrados só 11.693.325 electores, para o dous de agosto de 2004 xa eran 14.245.615. As patrullas de voluntarios tamén eran as responsables de que todo o mundo fose a votar. Cada militante tiña o encargo de conseguir que 10 persoas, anteriormente designadas, consumasen o seu voto, facilitándolle transporte, dándolle ánimos, etc.

Non ten menor relevancia na victoria do Chavismo, o golpe de timón que só un líder coa súa autoridade pode propiciar. Cando o *â€œComando Ayacuchoâ€œ* fracasou na recolección de sinaturas para a revocación dos 36 deputados opositores, o Presidente pasou a guillotina colectiva sobre o grupo e deu a luz un novo comando, denominado Maisanta, o cal levaría a revolución ata o paraíso do triunfo electoral.

Agora comeza unha nova fase na Quinta República, a que Hugo Chávez Frias gusta denominar a *â€œRevolucion dentro da Revoluciónâ€œ*.

Algúns dirixentes coidan chegada a hora de pasar factura aos militares rebeldes procesados pola insurrección da Praza Altamira. Outros oficialistas pensan que os responsábeis do paro petroleiro, acusados de sabotaxe industrial, deben pasar pola xustiza...., pero semella que a nova fase só vai ter tres sólidas patas:

1. Unha lei de Responsabilidade Social de Televisión, para actuar contra aquelas cadeas máis afiadamente hostís que, a

xuizo de Chávez, actúan como â€œarma de terrorismoâ€•. Algúns medios chegaron a incluír máis de 1.400 anuncios diarios descalificando ao presidente e cara eles está dirixida esta nova lei.

2. Unha Lei de Terras que acabe co latifundio e que, na particular revolución bolivariana, so irá dirixida aqueles que posúan máis de 5.000 hetáreas improductivas. O pasado domingo, no programa matinal ¡Aló presidente!, Chávez sentenciou: â€œUn latifundista que teña 200.000 ha en produción non é un latifundista, pero un propietario de 5.000 ha, que teña as súas terras ociosas, é un latifundista para a revolución bolivarianaâ€•.

3. Unha profundización dos programas sociais das Misións para tentar acabar coa pobreza no ano 2020, na gran Misión Cristo. Agás da experiencia, pouco acorde coa economía de Mercado, que significa a Misión Mercal (Mercados e Alimentos), nos que o Estado ten creado unha rede estatal paralela de tendas e distribución de alimentos, o resto das misións son compatíbeis cos programas de goberno socialdemócratas, e pouco teñen de revolucionarias.

O lexítimo e consolidado presidente Chávez dispón dunha oportunidade única, cunha vehemente oposición noqueada que xoga a non respeitar as institucións nin a democracia. Dende o Palacio de Miraflores pódese interpretar o papel de xeneroso que só está nas máns dos gañadores. Para iso terá que saber administrar algún dos seus valiosos silencios que infrinxen máis dano á oposición que cando carga duramente coa súa populista oratoria contra os intransixentes líderes da Coordinadora Democrática. Máis do 40% dos venezolanos está contra de Chávez, pero máis do 80% dos venezolanos desconfía dos líderes da Coordinadora Democrática. ¿Saberá gañar o Presidente? Esa era a gran dúbida que asaltaba a maioría dos medios de comunicación estranxeiros na noite do 15.

A Revolución entra nunha nova fase, A Revolución dentro da Revolución. Seguirá pensada para combater a pobreza, pero non evitará que a Quinta República continue a ser extremadamente xenerosa cos beneficios das grandes corporacións bancarias, que crecen nos seus números, que consideran cada ano revolucionario como unha bendición nos balances económicos das súas entidades.

Tampouco poderá evitar que as grandes compañías multinacionais como Shell, Repsol...alaben, en discreto privado, as facilidades que a Revolución outorga ás grandes empresas transnacionais. Quizáis forme parte da estratexia do goberno de apartar da vida económica do país aquelas grandes empresas nacionais que teñen financiado as campañas da oposición. O goberno está a crear unha nova clase empresarial nacional para aumentar a produtividade industrial interna, pero co obxectivo de debilitar as poderosas empresas nacionais que teñen desestabilizado ao país nos tres últimos anos.

Non ten problema ideolóxico algún en botar man dos máis renomeados axentes do imperialismo mundial, que en Venezuela teñen unha posición moito máis serea e pragmática que ás das elites empresariais autóctonas.

A Revolución avanza como liturxia aglutinadora daqueles que creen que está é a única oportunidade que a vida lles brinda para entrar na historia, abrir algunha esperanza para o seu futuro.

Pero se alguén cree que Venezuela camiña pola senda das revolucións tradicionais violentas como a bolcheviche ou a francesa, ou que o país acabará sendo outra Cuba.. ¡Que veña Deus e o vexa! Por si acaso, Chávez non deixa de amarrar con forza o seu crucifixo no peito para exorcizar aos inimigos desta Revolución Bolivariana.

[Acceso ao artigo orixinal no repositorio web 1998-2012](#)

## APARTADOSTEMATICOXEOGRAFICOS

Latinoamérica ARQUIVO

### IDIOMA

Galego

### Date Created

Setembro 23, 2004

### Meta Fields

**Autoria :** 10036

**Datapublicacion :** 2004-09-23 00:00:00