



:: [portada](#) :: [Venezuela](#) ::

29-11-2006

El Plan de los Estados Unidos para derrocar a Hugo Chávez en los días siguientes a la elección

Chris Carlson

Znet

En 1999, los bombardeos de Estados Unidos contra Serbia no lograron deshacerse de Slobodan Milosovic, Washington cambio su estrategia. La inteligencia estadounidense invirtió USD 77 millones de dólares para desbancar, mediante las urnas, a Milosovic. Esos recursos fueron destinados a organizaciones vinculadas a la CIA, fundadas por el National Endowment for Democracy (NED) [Fundación Nacional para la Democracia] y por U.S. Agency for International Development (USAID) [Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional]. En lugar de armas y bombas, esas fuerzas estadounidenses estaban armadas de máquinas de fax, computadoras y, tal vez lo mas importante, de encuestas sofisticadas realizadas por la compañía Penn, Schoen & Berland, con sede en Washington. Su misión: derrotar a Milosovic a través del fortalecimiento de los grupos de oposición. Milosovic tenía sus días contados, mientras los esfuerzos de Estados Unidos para movilizar a la oposición y producir protestas masivas tuvieron éxito al derrotarlo en las elecciones del 2000. Esa victoria fue un marco de referencia futura para las agencias de inteligencia de Estados Unidos. Ellos desarrollaron una nueva manera de derrocar regímenes poco amistosos, y fue mucho más fácil que realizar un derrocamiento violento o una invasión desordenada. Penn, Schoen & Berland tuvo un papel importante, tan importante que la Secretaria de Estado de los Estados Unidos, Madeleine Albright, hizo un elogio al decir "Debe ser una de las primeras instancias donde la votación ha jugado un rol protagónico en establecer y asegurar objetivos de política exterior"(2). Y de hecho, aseguraron sus objetivos de política exterior. Milosovic perdió la elección y la oposición apoyada por los Estados Unidos tomó el poder. Desde 2000, esa nueva estrategia sutil de influenciar elecciones y deponer a regímenes ha sido implementada en muchos otros países. Apodado como "el golpe pos-moderno" por Jonathan Mowat, estas sofisticadas técnicas fueron utilizadas en Bielorusia (2001), en Georgia (2003) y en Ucrania (2004), entre otros países. A pesar de haber fallado en ultima instancia en Bielorusia, en Georgia los esfuerzos de Estados Unidos produjeron la "Revolución Rosa" que derrocó al Presidente Eduard Shevardnadze. En Ucrania, fue la "Revolución Naranja" que instaló en el poder a Victor Yushchenko en 2004.(3) En cada oportunidad, grupos financiados por la NED y la USAID trabajaron dentro del país para construir apoyo popular para el candidato de la oposición. En cada momento, construyeron una campaña de imágenes atractivas, utilizando tácticas de marketing modernas que fueron perfeccionadas durante todo el tiempo. Y cada vez, usaron las encuestas de Penn, Schoen & Berland para formar la percepción del publico. En su artículo "Coups in Disguise" [Golpe de Estado Disfrazado], Jonathan Mowat describió como funcionan estas encuestas: "Penn, Schoen and Berland (PSB) ha tenido un rol pionero en la utilización de encuestas, especialmente las "exit polls"[encuestas de salida], al facilitar estos golpes. Su misión principal es construir la percepción de que el grupo instalado en el poder en el país escogido tiene un amplio apoyo popular." "... la utilización de "exit polls" [encuestas de salida] de las agencias de encuestas difundidas por la televisión internacional... dan la falsa impresión de un masivo voto fraudulento por el partido gobernante, para poner los estados escogidos en la defensiva."(4). O sea, el objetivo es conseguir apoyo suficiente para influenciar la elección a favor de ellos o, en el caso de que no sea posible, dar la impresión de que las elecciones fueron fraudulentas y estimular a la población a derrocarlos. La estrategia ha tenido éxito en derrocar regímenes o en instalar



regímenes de la preferencia de los Estados Unidos, la operación se ha convertido en un anteproyecto para ser utilizada en el mundo. Ian Traynor hace una descripción en The Guardian en Noviembre de 2004: " La campaña es una creación de Estados Unidos, un ejercicio sofisticado e inteligente para poner la marca occidental y el marketing masivo que, en cuatro países y en cuatro años, ha sido utilizada para salvar elecciones manipuladas y derrocar a regímenes indeseables... La operación -tramar democracia a través de la urna y de la desobediencia civil- es actualmente tan habilidosa que los métodos se han convertido en un patrón para ganar las elecciones en otros países"(5)

Produciendo una Ucrania en Venezuela

Actualmente, los Estados Unidos tienen un nuevo archi-enemigo: el presidente venezolano Hugo Chávez. Ciertamente Washington disfrutaría deshacerse de él de la misma forma *fashion* como lo hizo con los demás países. Pero hay un pequeño problema, Hugo Chávez no es Slobodan Milosovic. Chávez es enormemente popular entre las masas venezolanas y en toda Latinoamérica. Los partidos pro-Chávez han ganado continuamente las elecciones democráticas en los últimos 8 años y ganarán ciertamente la contienda presidencial del 3 de diciembre. Las fuerzas de Estados Unidos tienen dificultades. Ellos saben que es sencillamente imposible impedir que Chávez gane en las urnas, él es muy popular. Parece que tendrán que sacar de la manga un Plan B: un golpe de Estado. Los Estados Unidos ya armaron su teatro en Venezuela y todo el elenco original ya está aquí. Tenemos a NED, USAID y, sí, una vez más, a Penn, Schoen & Berland. Así como en Serbia, o Ucrania, el objetivo de las fuerzas de estadounidenses es remover a Chávez del poder. Para eso, ellos se han asociado a los grupos más importantes de oposición para trazar un plan e implementar su estrategia. Esta estrategia en Venezuela está basada en las lecciones más importantes aprendidas en Serbia y que, desde entonces, son aplicadas en muchas otras naciones. El objetivo es crear una situación como en Ucrania en 2004: grandes protestas en contra de las elecciones y del gobierno para causar el caos y la inestabilidad. Básicamente, tiene tres etapas.

Primera, necesitan construir apoyo popular para el candidato de la oposición, Manuel Rosales, a través de una campaña atractiva. Eso ya ha sido logrado, en parte, pero según la mayoría de las encuestas, Rosales tiene un 20-30 por ciento de las intenciones de voto, comparado con Chávez, que flota entre un 50 y 60 por ciento.(6) Sin embargo, parece que el apoyo a Rosales ha crecido unos pocos puntos porcentuales en las últimas encuestas, mientras el candidato recorría el país haciendo discursos y promesas durante los últimos meses. Los principales medios, por supuesto, dan a su campaña una cobertura en horario de máxima audiencia y repiten todas sus promesas de campaña.

La campaña fue diseñada por Estados Unidos utilizando técnicas modernas de marketing y slogans impactantes. Como en 2005, fue demostrado en el documental "Our Brand Is Crisis"; [Nuestra marca es la crisis], acerca de un equipo de los Estados Unidos que diseñó la campaña de su candidato favorito en Bolivia, esas campañas utilizan métodos elaborados para construir la imagen que desean para su candidato. Ellos tienden a enfocar en la juventud y frecuentemente incluyen a los movimientos jóvenes, como Primero Justicia en Venezuela. Marcan a la campaña con un color y con un slogan de una sola palabra, factores importantes en anteriores campañas hechas por Estados Unidos. En Serbia, el slogan era "Otpor", que significa resistencia. En Georgia, "Kmara", que significa Basta. En Ucrania, "Pora", que significa "Llego la hora!", y ahora, en Venezuela, la marca es "Atrévete".



La segunda etapa fue utilizar los medios para crear la percepción de que las elecciones son fraudulentas. Ya lo han hecho de diversas maneras. El NED fundó una organización, Súmate, con el objetivo declarado de "lograr un alto nivel de participación ciudadana en las elecciones de Venezuela." (7) Fundada en 2002, Súmate organizó la campaña para el referendo revocatorio. Ellos perdieron el referendo en agosto del 2004 por un gran margen, pero siguieron reclamando, con la ayuda de las "exit polls" [encuestas de salida] de Penn, Schoen, and Berland, que las elecciones fueron fraudulentas. Otras cinco encuestas señalaron exactamente lo contrario coincidiendo con los resultados oficiales de las votaciones, en el cual Chávez ganó con un gran margen de diferencia. PSB y Súmate, sin embargo, sostuvieron que la oposición había ganado y que Chávez había cometido "un fraude masivo" a pesar de que 5 o 6 encuestas coincidían con los resultados oficiales, y de que el proceso de votación estaba certificado por el Centro Carter y por la Organización de los Estados Americanos. (8) Por consiguiente, la imagen de Chávez como un líder democráticamente electo fue dañada a nivel nacional e internacional. La alegación de fraude resonó por los medios y sembró dudas acerca de la legitimidad de Chávez. Desde el referendo revocatorio, la campaña no se ha paralizado. Súmate y otros grupos de la oposición continúan atacando el proceso electoral en Venezuela, reclamando que no es transparente y que está injustamente controlado por el gobierno de Chávez. Los medios en Venezuela han apoyado con entusiasmo esa campaña, dando cobertura a Súmate, y a los constantes comunicados de prensa que ellos han publicado denunciando problemas en el proceso electoral. La idea es engañar a suficiente gente para que crean que el gobierno de Chávez no tiene apoyo popular, y que seguirá en el poder a través de un fraude electoral. Ya han sido exitosos en convencer a parte de la población.

Finalmente, necesitan conseguir gente suficiente en las calles para crear una situación en que una transición de poder pudiera ocurrir. Aquí es donde entra Penn, Schoen & Berland. En los meses anteriores a las elecciones de diciembre de 2006 Penn, Schoen & Berland ha sido un instrumento para formar la percepción del público. En una serie de encuestas cubiertas ampliamente por los medios privados, esta compañía de sondeos ha señalado firmemente que el liderazgo de Chávez está disminuyendo y la oposición está ganando espacio, mientras las demás encuestas realizadas durante los últimos meses demuestran que Chávez mantiene un amplio liderazgo de un 20 a 30 por ciento por delante de su adversario más cercano. (9)

Durante la semana pasada, el señor Schoen, de Penn, Schoen & Berland, publicó conclusiones de su última encuesta en el noticiero meridiano de Venezuela. Como era esperado, la encuesta de Penn mostró que el opositor a Chávez, Manuel Rosales, estaba casi empatado con el actual mandatario. Chávez tenía sólo un 48% de apoyo y su opositor había crecido a un 42%. Esta encuesta está siendo difundida por los principales medios de Venezuela, para una enorme audiencia, demostrando que Rosales estaba creciendo más y más cada día y que podría ganar. El señor Schoen añadió su opinión personal, "El momento está obviamente a favor de Rosales." (10)

Con la ayuda de los medios dominantes, que en su mayoría se oponen con vehemencia al presidente popular, estas falsas encuestas han logrado una amplia repercusión. Todos los periódicos, los mayores canales de televisión, sitios de noticias en Internet informan los resultados de las encuestas como si fuesen verdaderos y válidos. No mencionan el hecho de que esas conclusiones no son respaldadas por ninguna otra agencia de encuesta. Una vez más, a pesar de que la realidad es que Rosales no tiene casi ninguna oportunidad de ganar las elecciones de diciembre, muchos ahora creen que él saldrá vencedor. La realidad parece no importar, lo que



realmente importa es lo que la población crea. Será difícil lidiar con la realidad cuando su candidato pierda por un margen devastador. Si la estrategia de la oposición funciona, será posible producir protestas enormes y hasta violentas.

Hace dos semanas, en Globovisión, uno de los mayores canales privados en Venezuela, el líder de la oposición Rafael Poleo hizo un llamado a todos los venezolanos a hacer un "Ucraniazó" el día siguiente a la elección (11). Alegando que las elecciones serán fraudulentas, Poleo, que estuvo involucrado en el golpe de estado de 2002, describió en detalles un "plan" para remover a Chávez del poder después de las elecciones. Haciendo una comparación con la "Revolución Naranja", el plan hace un llamado a los venezolanos que salgan para protestar masivamente en contra del gobierno de Chávez y en contra de lo que ellos llaman "elecciones fraudulentas". Poleo hizo un llamado a los altos comandos militares para apoyar su "movimiento", en lo que sería sencillamente un llamado para derrocar el gobierno.

En dos semanas a partir de ahora veremos como jugarán todos estos elementos. ¿El presidente popular Chávez continuará gobernando como el presidente de los pobres? ¿La oposición entrenada por Estados Unidos será capaz de realizar una "Ucraniazó" en Venezuela? Las alegaciones de fraude de la oposición son infundadas ya que, hasta utilizando una observación superficial, está claro que Chávez tiene un apoyo aplastante. Sin embargo, la estrategia organizada por Estados Unidos busca producir protestas masivas y tal vez una rebelión militar para desplazar a su enemigo popular. Con la ayuda de Penn, Schoen & Berland, deben lograr reunir personas suficientes en las calles para causar problemas. Para los que están planeando el golpe, eso es exactamente lo que necesitan.

(1) John Lancaster, "U.S. Funds Help Milosevic's Foes in Election Fight," Washington Post, September 19, 2000.

<http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn?pagename=article&contentId=A13155-2000Sep15¬Found=true>

(2) Jonathan Mowat, 'Coup d'État in Disguise: Washington's New World Order "Democratization" Template', Center for Research on Globalization, 9 February 2005, <http://globalresearch.ca/articles/MOW502A.html>

(3) Michael Barker, "Regulating revolutions in Eastern Europe; Polyarchy and the National Endowment for Democracy"

<http://www.zmag.org/content/showarticle.cfm?ItemID=11311>

(4) Jonathan Mowat, 'Coup d'État in Disguise: Washington's New World Order "Democratization" Template', Center for Research on Globalization, February 9, 2005, <http://globalresearch.ca/articles/MOW502A.html>

(5) Ian Traynor, "US campaign behind the turmoil in Kiev" The Guardian, November 2004

<http://www.guardian.co.uk/ukraine/story/0,15569,1360236,00.html>

(6) http://en.wikipedia.org/wiki/Venezuelan_presidential_election%2C_2006#Polls

(7) <http://en.wikipedia.org/wiki/Súmate>

(8) http://en.wikipedia.org/wiki/Venezuelan_recall_referendum_of_2004

(9) http://en.wikipedia.org/wiki/Venezuelan_presidential_election%2C_2006#Polls

(10) "Venezuela Presidential Race Tightens," Thursday, November 16

(11) <http://youtube.com/watch?v=UT02dOmjb1s>



Traducido para Telesur por Camila Carduz Rocha