

El chavismo en busca de legitimidad: Inauguraciones, propaganda y elecciones

Chavismo in search of legitimacy: inaugurations, propaganda and elections

Recibido: 10/12/2018

Aprobado: 15/03/2019

José Alberto Olivar

Doctor en Historia (UCAB). Profesor Asociado de la Universidad Metropolitana y de la Universidad Simón Bolívar.
josealbertoolivar@gmail.com

Resumen: Luego de su primera elección en 1998, su consecuente reelección bajo un nuevo marco constitucional absolutamente favorable en 2000 y superado el trance que significó el referéndum revocatorio de 2004, el presidente Hugo Chávez, llegaba a la justa electoral de 2006, con el camino allanado a los efectos de consolidar su poder personal e instaurar con mayor claridad su proyecto político y económico que denominó «Socialismo del siglo XXI». El auge del gasto público entre 2003 y 2005, orientado la mayor parte a cubrir el costo de las misiones sociales, desestimó la importancia de invertir en infraestructura y ampliar la capacidad de producción del país. Esto se puso de manifiesto de forma dramática, en dos sucesos que atrajeron la atención nacional: el incendio de la Torre este del Parque Central, el 17 de octubre de 2004 y el derrumbe del Viaducto N° 1 de la Autopista Caracas – La Guaira, en enero de 2006. Este cuadro adverso obligó al gobierno a acelerar la construcción de las obras de infraestructura pendientes desde hacía años, de ahí que la estrategia electoral en los últimos meses de campaña electoral se orientó a vincular la imagen de Chávez con obras públicas emblemáticas ya terminadas o medianamente

concluidas, como por ejemplo el Puente Orinoquia, el ferrocarril Caracas-Tuy Medio, los metros de Valencia, Maracaibo y Los Teques. Todo ello como parte de la estrategia de vender «la revolución» como un gobierno con hechos materiales. Así se inculcó en el imaginario colectivo, un mensaje contundente en cuanto a la supuesta eficiencia de Chávez como gobernante y en consecuencia la importancia de apoyar su permanencia en el poder.

Palabras clave: Chávez, elecciones, obras públicas, propaganda.

Abstract: After his first election in 1998, his subsequent reelection under a new absolutely favorable constitutional framework in 2000 and overcoming the trance of the 2004 recall referendum, President Hugo Chávez, reached the 2006 electoral fair, with the path paved to the effects of consolidating his personal power and establishing with greater clarity his political and economic project that he called “Socialism of the 21st century”. The boom in public spending between 2003 and 2005, aimed mostly at covering the cost of social missions, dismissed the importance of investing in infrastructure and expanding the country’s production capacity. This was evidenced dramatically in two events that attracted national attention: the fire in the east tower of Central Park on October 17, 2004 and the collapse of Viaduct No. 1 of the Caracas - La Guaira Highway, in January 2006. This adverse situation forced the government to accelerate the construction of infrastructure works that had been pending for years, hence the electoral strategy in the last months of the electoral campaign aimed at linking the image of Chávez with emblematic public works, already completed or moderately completed, such as the Orinoquia Bridge, the Caracas-Tuy Medio railway, the Valencia, Maracaibo and Los Teques subways. All this as part of the strategy of selling “the revolution” as a government with material facts. Thus was inoculated in the collective imagination, a forceful message regarding the supposed efficiency of Chávez as ruler and, consequently, the importance of supporting his stay in power.

Key words: Chávez, elections, public works, propaganda.

Tras los brutales efectos dejados por los resultados del referéndum revocatorio de agosto de 2004 y las elecciones regionales del 31 de octubre de ese mismo año, en los que el bloque oficialista obtuvo 22 de las 24 gobernaciones y 270 alcaldías de las 335 en disputa. El tino del liderazgo opositor quedó muy averiado, al punto que tras un año de aquella debacle no había logrado recuperarse, hecho que de nuevo fue aprovechado por el régimen chavista para sacar ventaja y procurarse una estratégica mayoría parlamentaria en la Asamblea Nacional prevista a elegirse el 4 de diciembre de 2005.

A pocas semanas de los comicios parlamentarios, los principales partidos opositores sin una clara estrategia política, decidieron no participar, con lo cual dejó el camino expedito para que el régimen obtuviese 100% de los escaños, y con ello la potestad constitucional de controlar todas las instancias del Estado, sin contrapeso institucional alguno.

Literalmente este escenario de franca concentración de poder en un solo hombre, era producto de la abrazadora estrategia de convertir cada elección nacional, en una contienda de carácter plebiscitario a favor o en contra de Hugo Chávez.

El importante avance que significó en la década de los noventa del siglo pasado, la apertura hacia la descentralización política, mediante la elección directa de gobernadores y alcaldes municipales, quedó vuelta añicos, cuando Chávez decidió involucrarse personalmente en la selección de los candidatos de su partido, poniendo todo el aparataje y recursos del Estado al servicio, no de la proyección de actores regionales, sino de su propia figura como líder absoluto e infalible de la revolución bolivariana que inicialmente se ufanaba en proclamar.

Resultaba muy común ver, en los actos proselitistas de las campañas de gobernadores, alcaldes y diputados a la Asamblea Nacional, la práctica del «brazo alzado» por parte de Chávez hacia el candidato cooptado por la revolución, es decir, por su voluntad personalísima, indicando a sus seguidores que debían sufragar por tal en señal de obediencia a los dictámenes del líder.

De manera que transcurridos los primeros seis años de gobierno bajo la jefatura Chávez, en el marco de la Constitución elaborada a la medida de sus intereses y aprobada en 1999, éste llegaba a la justa electoral de 2006, habilitado

constitucionalmente para aspirar la reelección, con el camino allanado a los efectos de consolidar el poder puesto en sus manos.

No obstante, este escenario aparentemente imbatible tenía un flanco débil, coadyuvado por el deterioro de los controles legales y frenos institucionales. A medida que Chávez acumulaba más y más poder, los primeros signos de ineficiencia y corrupción generalizada se ponían de manifiesto ante la opinión pública.

Frente a esta arista, la política comunicacional del gobierno acrecentó su margen de maniobra, mediante la aprobación en diciembre de 2004 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley RESORTE), tendente a controlar la programación de los medios de comunicación – en particular los de carácter privado – a riesgo de ser objeto de sanciones penales y administrativas. Ello se tradujo en la salida del aire de aquellos programas que les resultaban incómodos al poder, el cierre de emisoras de radio y televisión, en fin, todo un entramado de criminalización de los medios que inducía a la autocensura y la complacencia hacia el gobierno.¹

Pese a la persecución selectiva orquestada contra la dirigencia opositora, aunado a la creciente tendencia de emigrar del país por parte de familias o individualidades profesionales sugestionadas por la incertidumbre política,² había una brecha ineludible por transitar tanto para oposición como por el gobierno: las elecciones presidenciales del 3 de diciembre de 2006.

Todo para arrollar pero el Viaducto se vino abajo

El presidente Chávez inició el año clave 2006, con el viento a su favor. Control total sobre todos los poderes públicos nacionales y regionales. Una oposición desarticulada. Un generoso ingreso petrolero que por tercer año consecutivo

¹ Mariengracia Chirinos, «Hitos comunicaciones del período revolucionario (1999-2012)», en *La comunicación bajo asedio. Balance de 17 años*, pp. 134-139.

² Para el año 2000 la cifra de emigración venezolana ubicada en varios países del continente americano se contabilizaba en 207 mil emigrantes, fenómeno que continuo incrementándose alcanzado, según datos del Banco Mundial para el 2005, cerca de 464 mil venezolanos. Véase Anitza Freitas L., *op. cit.*, p. 167.

impulsaba el crecimiento económico y el consumo en los estratos medios y bajos de la población. Para más señas, los índices de popularidad del presidente rondaban 60% de acuerdo a las encuestas.

Entretanto, el auge del gasto público, orientado la mayor parte a cubrir el costo de los programas sociales denominados *Misiones* con ribetes netamente electorales,³ desestimó la importancia de invertir en infraestructura y ampliar la capacidad de producción del país. Esto se puso de manifiesto de forma dramática, en dos sucesos que atrajeron la atención nacional: el incendio de la Torre este del Parque Central, el 17 de octubre de 2004 y el derrumbe del Viaducto N° 1 de la Autopista Caracas – La Guaira, el 19 de marzo de 2006.

Ambos acontecimientos, supusieron que en medio de la súbita bonanza fiscal, el Estado controlado por Chávez se mostraba ineficiente para atender los problemas estructurales del país. El obsesivo interés del presidente Chávez por centrarse casi de forma exclusiva en «dar la batalla política» contra sus enemigos internos, engarzado a su cada vez más creciente ansia de protagonismo internacional, que tuvo en el entonces presidente de los Estados Unidos, George W. Bush, su principal foco de atención retórica, hicieron ver las costuras del gobierno de Chávez en materia de inversión en bienes de capital fijo.

En lo que atañe a la caída del Viaducto N° 1, obviamente no se trataba de un percance aislado, por cuanto la Autopista Caracas - La Guaira es una de las vías más transitadas del país y este suceso amenazaba con tener incidencia en los planes electorales del régimen dada la dimensión de las secuelas que trajo consigo.

En primer lugar, la abrupta interrupción del corredor vial entre Caracas y el Litoral Central ocasionó un grave impacto tanto en la economía local como nacional, en virtud de la elevada demanda de bienes y servicios que por ahí

³ Las Misiones sociales cumplieron un papel determinante para hacer frente a la convocatoria de referendo revocatorio en 2004, fungiendo de instancias de beneficencia populista pero también de organización y control de los adeptos al presidente Chávez. Ello reforzó la condición asistencialista del Estado venezolano que entraña una relación de dependencia de la población más vulnerable para con el Estado, cuestión que termina por debilitar a la Democracia, potenciando mecanismos de exclusión y discriminación política. Véase: Yolanda D'Elia, «Funciones del gasto público en Venezuela», en revista SIC, núm. 700, Diciembre 2007, pp. 524-527.

fluye. Desde 2003 a fin de garantizar la clientela electoral, elevar el consumo, contener la inflación y aplacar algunos conatos de desabastecimiento, el gobierno incrementó notablemente las importaciones de alimentos y otros enseres. Más de un tercio de los productos importados de consumo masivo nacional, entraba al país por el puerto de La Guaira y el Aeropuerto de Maiquetía.⁴ De hecho, para 2005 el total de importaciones cerró en 8189 millones de dólares, de los cuales 36% ingresó por las aduanas del Litoral Central.⁵

En segundo lugar, el caos del viaducto tomó por sorpresa al gobierno y generó fuertes retrasos en la distribución y encarecimiento en los anaqueles. Ello tambaleó la estrategia comunicacional oficialista, puesto que la crisis se le vino encima y su capacidad de respuesta se mostró muy lenta, además de no haber prevenido a tiempo el colapso del Viaducto. El presidente Chávez se encontraba muy ocupado en su particular «batalla política» dentro y fuera del país. Para colmo de males, un mar de contradicciones por parte de los voceros oficiales, pusieron al descubierto la incapacidad gerencial del gobierno.

Mientras por un lado afirmaban que lo del Viaducto no podía preverse, el mismo Chávez admitía que si estaba al tanto de las fallas estructurales, pero no hubo rapidez en la instrumentación de soluciones definitivas. Por el contrario, los organismos responsables del Estado se enfrascaron en «alargar la vida» a una obra condenada con antelación.

En tercer lugar, se sumaba el caos social generado por la urgencia de desalojar a cerca de dos mil familias residentes en las barriadas aledañas al derruido viaducto, dada la inestabilidad del terreno. Asimismo, las penurias a los que se vieron obligados los pasajeros, usuarios y habitantes que día a día hacen vida entre el Litoral Central y Caracas, los cuales estudian y trabajan en la capital. Frente a esta compleja situación, el gobierno insistía en paliar la situación con subsidios y medidas especiales.

Y en cuarto lugar, el colapso reveló la falta de interés en el mantenimiento

⁴ Ana Elena Azpúrua (compiladora). *La Caracas- La Guaira. Del esplendor a la debacle. Crónicas, reportajes y testimonios de la autopista Caracas-La Guaira*. Caracas: Los Libros de El Nacional, 2006, p. 144.

⁵ «Negocios sin puente» en revista *Producto* núm. 267, p. 40.

de las vías alternas, pues la vieja carretera Caracas - La Guaira se encontraba en estado deplorable, con muchas fallas de borde, deslizamientos y nula iluminación nocturna. Por si fuese poco, a esta crisis, se añadió el hecho que la carga marítima que llegaba a la aduana varguense se desviase a otros puertos, cuestión que hizo fluir la circulación hacia Puerto Cabello y Valencia, pero con el efecto desfavorable de estar también las vías que las une con Caracas, en muy mal estado. De hecho, la Autopista Regional del Centro no estaba preparada para atender el incremento de la demanda vehicular, puesto que el Viaducto de La Cabrera mostraba graves signos de deterioro.⁶

La oposición remonta la cuesta y el gobierno apela al «pan y circo»

En medio de la crisis del viaducto, durante el primer semestre de 2006 el ambiente electoral parecía no arrojar mayores signos de vida, ello ante la falta de garantías electorales, supeditado a un Consejo Nacional Electoral carente de legitimidad, cuestión que alimentaba la tendencia abstencionista prevaeciente desde 2004. Los grupos y organizaciones políticas adversas al chavismo, no habían logrado unificar criterios en torno a participar o no en los comicios presidenciales previstos para finales de ese año.

Sin embargo, ya en la víspera del inicio oficial de la corta campaña electoral prevista entre septiembre y noviembre, los principales factores de oposición refrendaron su disposición de acudir a la cita electoral con una candidatura unitaria, representada por el entonces gobernador del estado Zulia, Manuel Rosales. A partir de ese momento, la justa comenzó a subir de tono, previéndose muy mediática tanto por el lado del gobierno como de la oposición, sobre todo esta última interesada en motivar a los abstencionistas a ejercer su derecho al voto.

De acuerdo con Margarita López Maya, uno de los móviles que finalmente empujó la participación de la oposición en aquellas cuestionables elecciones presidenciales a diferencia de las otras que las precedió, fue el hecho «...que pese al fortalecimiento político alcanzado por Chávez y su gobierno (...) siguió siendo significativa la resistencia de una porción de la sociedad a las orientaciones

⁶ *Ibid.* pp. 46,47.

políticas y actitudes políticas del gobierno (...) cerca del 40% de los encuestados no compartía las propuestas socialistas»⁷. En consecuencia, la clave radicaba en capitalizar políticamente ese malestar.

Ante ese giro inesperado, el «Comando de Campaña Miranda» que impulsaba la candidatura de Chávez, se propuso mercadear a su máxima expresión el producto que representaba el propio Chávez, y para ello se apoyó en la difusión de su mensaje por medio de la red de emisoras de radio y televisión, periódicos comunitarios, afiches, pancartas, grafitis, volantes, así como el aprovechamiento de los beneficios otorgados por la recién aprobada Ley RESORTE para difundir gratuitamente a través de los organismos estatales, mensajes políticos y propagandísticos a favor del régimen, en medios comerciales.

El gobierno se valió de cualquier cosa a su alcance, como por ejemplo la interpretación in extremo a su conveniencia de las leyes, el peculado de uso, el activismo de diputados, ministros, gobernadores, alcaldes, concejales oficialistas a favor del «Candidato-Presidente». E igual como hizo en la campaña durante el referendo revocatorio, se afianzó en el lazo emocional que concitaba en los estratos de más escasos recursos económicos, las *Misiones sociales*.

No menos importante resultó la vieja táctica de apelar a la inauguración de obras públicas en actos proselitistas. La crisis del Viaducto N° 1 y el resurgimiento de la oposición política, obligó al gobierno a acelerar la construcción de las obras de infraestructura pendientes desde hacía años.

En principio, el Presupuesto Nacional aprobado para 2006, preveía destinar por concepto de gasto público Bs. 87 billones, de los cuales aproximadamente Bs. 132 millardos fueron asignados al Ministerio de Infraestructura para el mantenimiento y construcción de puentes, túneles, autopistas y carreteras. No obstante, la cifra global de gasto público presentó una notable expansión hacia el último semestre del año, en virtud de la práctica de ejecutar créditos adicionales al Presupuesto Nacional, cuyo monto por separado abarcó Bs. 41,2 billones.⁸

⁷ Margarita López Maya, *El ocaso del chavismo. Venezuela 2005-2015*. Caracas: Editorial ALFA, 2016, p. 116.

⁸ Ver *Informe económico del Banco Central de Venezuela 2006*, p. 79 y «Ley del Presupuesto para el ejercicio fiscal 2006», [Citado 15 de septiembre de 2018]: disponible en <https://transparencia.org>.

Aunado a este cuantioso desembolso, el Ejecutivo Nacional había instituido desde 2004 una suerte de presupuesto paralelo, financiado por la industria petrolera y administrado discrecionalmente sin controles fiscalizadores de ningún tipo. El Fondo para el Desarrollo del País (FONDESPA), luego denominado Fondo de Desarrollo Nacional (FONDEN), manejó recursos por el orden de los 4229 millones de dólares entre 2004 y 2006, para la puesta en marcha de proyectos especiales y de inversión en infraestructura física, además del sostenimiento de las misiones sociales.⁹

Ahora bien, tales aportes presupuestarios estaban en perfecta consonancia con el propósito hegemónico del gobierno, el cual incluía una presencia avasallante de la figura del presidente Chávez en el ámbito publicitario, sobre todo a partir de 2004, durante y después del referendo revocatorio. En 2003 la inversión publicitaria de las instituciones y demás organismos gubernamentales se ubicó Bs. 132 millardos. La cifra registra un incremento exponencial de Bs. 170 millardos al año siguiente dados los cruciales comicios celebrados en medio de la crispación de la polarización política. Para 2005 el gasto en publicidad oficial descende levemente a Bs. 153,2 millardos, pero no por ello el gobierno dejó de imprimirle su sello hegemónico por intermedio de las Alcaldías y Gobernaciones que quedaron en manos del oficialismo en las elecciones regionales.¹⁰

El 2006 el repunte vino aparejado al cúmulo de desafíos que estaban en juego. Fue tal la erogación oficial destinada a fines publicitarios que al cierre el año, quedó ubicado en el tercer lugar del ranking de los mayores anunciantes del país, gracias a la inversión de US\$ 238,1 millones.¹¹

ve/wp-content/uploads/2017/02/02-Ley-de-Presupuesto-2006.pdf

⁹ Luis Oliveros y José Manuel Rodríguez-Grille, «¿Qué hacer con el ingreso petrolero?», en Fernando Spirito (Coordinador), *La nueva economía venezolana. Propuestas ante el colapso del socialismo rentista*. Caracas, editorial ALFA, 2017, p. 187.

¹⁰ Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, «La industria creativa de la publicidad en Venezuela 2002-2006», [Citado 15 de septiembre de 2018]: disponible en <https://es.slideshare.net/Innovarium/carlos-enrique-guzmn-crdenas-ind-creativa-publicitaria-vzla-1996-2006>

¹¹ En 2005 se ubicó en el séptimo lugar en el ranking de anunciantes con una inversión en US\$ 87,8 millones. Véase: «Anunciantes desbocados», en revista *Producto* núm. 282, p. 120.

Durante la campaña presidencial, el papel del presidente quedó mimetizado con la del candidato y sus actos proselitistas. Chávez se exhibió al máximo, aprovechando que por Ley los canales privados tenían la obligación de transmitir espacios gratis para promover la gestión oficial. En uno de los mensajes electorales, aparecía Chávez pidiendo más tiempo para gobernar, además algunos testimonios sobre la supuesta prosperidad económica habida durante su primera gestión.



Mensaje de amor para el Pueblo de mi Venezuela

Siempre, todo lo he hecho por amor.

Por amor al árbol, al río, me hice pintor.

Por amor al saber, al estudio, me fui de mi pueblo querido, a estudiar.

Por amor al deporte me hice pelotero.

Por amor a la patria me hice soldado.

Por amor al pueblo me hice Presidente, ustedes me hicieron Presidente.

He gobernado estos años por amor.

Por amor hicimos Barrio Adentro.
Por amor hicimos Misión Robinson.
Por amor hicimos Mercal.
Todo lo hemos hecho por amor.

Aún hay mucho por hacer.
Necesito más tiempo.

Necesito tu voto.
Tu voto por amor.



«Ahora el dinero me rinde, no alcanza el mercado y le doy a mi familia una alimentación balanceada sin depender de los supermercados privados»

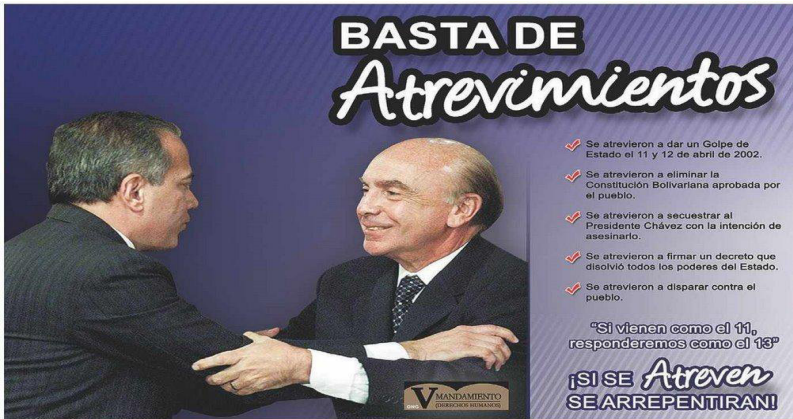
Virginia Bastian
C. 2014134
Chavez del Poder Popular
Misión Robinson

Mercal es calidad y economía

(Obras son amores...)

© Gobierno Bolivariano | 199999

También se recurrió a la denominada por algunos especialistas como «propaganda negra», que hacía ver que había venezolanos negados a reconocer la obra del gobierno y amenazaba empleando un juego de palabras que aludía al lema del comando opositor: ¡si se atreven se arrepentirán!



Esta maniobra revelaba la efectividad de la estrategia unificadora que en poco tiempo cosechó la oposición política, cerrando de acuerdo a las encuestas de opinión, la amplia ventaja que desde un principio le llevaba el candidato Chávez. En consecuencia, todo parecía indicar que la meta autoimpuesta por el comando de campaña chavista de alcanzar la meta de 10 millones de votos a favor del «Candidato-Presidente» se tornaba inverosímil.

Chávez confiado en la perpetuidad de la disgregación de sus adversarios, dedicó buena parte de su tiempo a emprender una ambiciosa campaña en predios diplomáticos a favor de Venezuela para la obtención de un puesto no permanente en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas.

A medida que la apuesta le fue resultado cuesta arriba y ante el crecimiento de la opción de los indecisos o llamados NI-NI, Chávez retomó el hilo de la campaña por su reelección presidencial a fin de contrarrestar el mensaje del candidato opositor que mediante intensos recorridos en barriadas y caseríos, amén de una oferta populista que prometía repartir más y mejor la riqueza petrolera, parecía convertirse en una piedra en el zapato para su proyecto continuista.

... ambos candidatos decidieron establecer una disputa por el electorado clave: los estratos D y E, que representan más del 80% de la población con derecho a voto e inscrita en el Registro Electoral Permanente (REP). La lucha se adelantó a través de las diversas propagandas políticas desplegadas en los medios de comunicación social. Fueron meses de constante actividad y movilidad por parte de ambos candidatos, en su búsqueda de las preferencias del electorado y de un gasto inmenso en publicidad electoral, buscando llegar a todos los sectores claves.¹²

En las últimas semanas de la campaña, se hizo hincapié en inauguraciones, cadenas, carrozas, mucho dinero en la calle mediante adelanto de una parte de los aguinaldos navideños para empleados públicos en el mes de octubre. En efecto, el 15 de octubre de 2006, el «Candidato-Presidente», cortó la cinta inaugural del Ferrocarril Caracas – Tuy Medio, haciendo hincapié que luego de «tres décadas de espera a que los gobiernos anteriores se propusieran a construir un sistema de transporte masivo, rápido y seguro, que mejore la calidad de vida de los habitantes de la región de los Valles del Tuy y zonas aledañas, gracias a la voluntad del gobierno bolivariano que lideriza el presidente Hugo Chávez, esta obra es una realidad».¹³ Y no conforme con ello, el mismo Presidente de la República, anunció «que quienes viajen en el recién inaugurado Ferrocarril lo harían de manera gratuita, hasta el 31 de diciembre de 2006».¹⁴

En esa misma tónica, operó la inauguración el 3 de noviembre de 2006 del Metro de Los Teques con un recorrido de 9,4 kilómetros entre la estación Las Adjuntas y la estación El Tambor, en el estado Miranda. Luego el 18 de noviembre de 2006, del primer tramo del Metro de Valencia, y el 25 de noviembre de un corto trayecto del sistema Metro de Maracaibo.

Pero la obra que captó mayor impacto propagandístico, lo representó la puesta

¹² Juan Eduardo Romero Jiménez, «Las elecciones presidenciales en Venezuela 2006. Perspectivas políticas e implicaciones para América Latina y para la situación socio-política de Venezuela», en *Nuevo mundo, mundos nuevos*, Abril 2007, [Citado 26 de septiembre de 2018]: disponible en <http://journals.openedition.org/nuevomundo/3900>

¹³ «Treinta minutos entre el Tuy y la capital», 15 de octubre de 2006. [Citado 26 de septiembre de 2018]: disponible en http://www.eluniversal.com/2006/10/15/imp_ccs_art_33851.shtml

¹⁴ *Ibid.*

en servicio del Segundo Puente sobre el Río Orinoco o Puente Orinoquia, acto para el cual fue invitado el entonces presidente de Brasil, Luiz Ignacio «Lula» Da Silva, como muestra de la estrecha alianza política y económica conformada entre Venezuela y el gigante amazónico, gracias a la coincidencia ideológica y los cuantiosos negocios acaparados por la constructora brasileña ODEBRECHT.

Sobre esto último, cabe hacer una digresión. En 2005, cuando el presidente Chávez anunció en el marco de las elecciones municipales que se disponía llevar adelante varios mega proyectos que incluían la línea 5 del Metro de Caracas, la línea 2 del Metro de Los Teques, un segundo puente sobre el Lago de Maracaibo, el tercer puente sobre el río Orinoco y el Metro Caracas-Guaremas-Guatire, estas obras fueron asignadas de forma directa, sin licitación, a ODEBRECHT. Y tras este hecho irregular, convergía un entramado de irregularidades que abarcaba pago de comisiones, sobrepagos, cobros en dólares a tasas preferenciales, entre otros ilícitos.¹⁵

Volviendo al puente Orinoquia, la obra resaltaba por la majestuosidad e imponencia de su estructura, hecho que fue explotado al máximo por los medios oficiales, como una muestra palpable de «la gestión eficiente de la revolución». Columnistas oficiosos desglosaron por diferentes medios que en general tales inauguraciones ponían de relieve que el gobierno de Chávez era «más eficaz que los gobiernos de la Cuarta República», pues «Chávez construyó en ocho años lo que a la IV República le llevó quince».¹⁶ «Hoy, el Puente Orinoquia rompe todos los esquemas, como lo hacen las misiones desde el punto de vista social. La revolución demuestra ser eficiente».¹⁷

Todos estos actos de proselitismo político en víspera de la elección presidencial, contaron con la resonante movilización de simpatizantes a las concentraciones que acostumbraba poner en marcha el aparato Partido-Gobierno, el cual

¹⁵ Carlos Tablante y Marcos Tarre, *El gran saqueo. ¿Quiénes y cómo se robaron el dinero de los venezolanos?* Caracas, La hoja del norte, 2015, pp. 193,194.

¹⁶ Agencia Bolivariana de Noticias, 03 de noviembre de 2006. [Citado el 26 de septiembre de 2018]: disponible en <https://www.aporrea.org/actualidad/n86023.html>

¹⁷ David Javier Medina, «Con el puente Orinoquia la revolución demuestra ser eficiente», 13 de noviembre de 2006. [Citado el 26 de septiembre de 2018]: disponible en <https://www.aporrea.org/oposicion/a27147.html>

disponía de dinero oficial a manos llenas. Así pues, la omnipotente presencia de Chávez fue desplegada en todos los rincones del país, a los efectos de convertir a Chávez en una marca.

La idea era vincular la imagen de Chávez con obras públicas emblemáticas ya terminadas, como parte de la estrategia de vender la revolución como un gobierno con hechos materiales. De manera que se inoculaba en el imaginario colectivo, un mensaje contundente en cuanto a la eficiencia de Chávez como gobernante y ejemplo de éxito, que en consecuencia debía traducirse en continuidad para garantizar la conclusión definitiva de varias de esas obras inauguradas a medias, y la ejecución de ambiciosos nuevos proyectos de infraestructura.

Llegado el día de los comicios y en medio de denuncias de ventajismo y parcialidad por parte del CNE, las elecciones arrojaron un nuevo resultado favorable a Hugo Chávez con 64,84% de los votos emitidos, seguido de Manuel Rosales quien obtuvo 36,9% de los sufragios.

Conclusiones

A medida que la confrontación política fue escalando, Chávez centró su agenda en arrollar a sus adversarios, aplicando en paralelo una heterodoxa política económica que mantuviese a flote las cuentas públicas asediadas por la fragilidad del mercado petrolero. Esto último explica cómo durante el lapso 1999-2003, prevalecieron de una u otra forma mecanismos restrictivos en materia monetaria, cambiaria y fiscal que tuvieron incidencia en el manejo del presupuesto nacional, el cual fue objeto de reducción en algunas de sus partidas sobre todo en aquellos rubros que implicaban abultadas erogaciones fiscales.

Este escenario sufrió un brusco giro a partir de la recuperación de los precios del petróleo a finales de 2003 y sobre todo en 2004, que coincidió con el fallo de los más contundentes intentos por desplazar a Chávez del poder, el cual acopió a su favor mediante una política expansiva del gasto público, acompañada de la exacerbación del populismo y el clientelismo que en tan solo dos años (2004-2005) le permitió concentrar en sus manos todo el poder del Estado, desmoralizando a sus opositores.

Sin embargo, el foco estuvo centrado en las misiones sociales que permitían armar un modelo de mayor control político sobre sus adeptos, y en menor medida en la inversión en obras de infraestructura que el país ameritaba desde hacía varios años. Cuestión que además de contribuir al deterioro de bienes y servicios públicos, ya sea por la saturación de su capacidad de atención a las demandas de la población o por la falta de continuidad de proyectos ya iniciados, representó un flanco débil en la estrategia de dominación oficialista, pues comenzó a ponerse en evidencia la escasa eficiencia del gobierno para resolver de forma estructural los graves problemas del país.

Razones para este cuestionamiento no resultaban baladíes, pues luego de 2004, Chávez contaba con una creciente renta petrolera controlada a su libre arbitrio, instituciones del Estado desde Alcaldías, Gobernaciones, Poderes Públicos Nacionales, ministerios, entre otros, todos ocupados por sus partidarios, en fin, sin excusa para proceder a ocuparse de afianzar no solo un proyecto político, sino un modelo de desarrollo socio-económico verdaderamente sustentable.

Llegado el año 2006, la oposición política comenzó a recuperarse de forma paulatina y la oferta de un mejor país, más allá de dadivosas políticas de «inclusión social» e inversiones de dudosa efectividad productiva, no terminaba de enraizarse de forma racional y consensuada.

De ahí que amén de potenciar el alcance de las misiones sociales, se recurrió al manido expediente de inaugurar obras públicas para ofrecerle al candidato-presidente, un piso de legitimidad en cuanto a su capacidad de administrar eficientemente los recursos públicos, además de la promesa de completar ambiciosos proyectos si la «revolución» continuaba en el poder.

En esto, el chavismo no se diferenció en nada de sus otrora adversarios políticos (AD y COPEI) que en su hora ligaban la obra de sus respectivos gobiernos a la suerte electoral del partido político durante las elecciones nacionales efectuadas al amparo de la Constitución de 1961. Chávez llegó al poder en 1999 con el discurso de eliminar de raíz viejas prácticas y corruptelas que atribuyó con vilipendio a los partidos del *status quo*, pero ya consolidado, no hizo más que llevar a otro nivel mecanismos clientelares y de sujeción autoritaria que devinieron en un régimen de claros visos totalitarios.