

LOS MEDIOS ESPAÑOLES HAN CONVERTIDO LAS ELECCIONES VENEZOLANAS EN UN CAMPO DE FÚTBOL, PERO OLVIDAN QUE EL PARTIDO SE JUEGA EN VENEZUELA, NO EN MADRID

Julián Isaías Rodríguez Díaz

Estando próximas a celebrarse las elecciones legislativas en Venezuela y con ocasión de algunas iniciativas de la oposición venezolana en el marco internacional, cargadas de notorios y manifiestos intereses electorales, hay que tener claro un hecho determinante: las grandes mayorías votarán en Venezuela y no en Madrid, ni en otros países de Europa o del resto del mundo.

Por ello, esas campañas que pretenden influir en la percepción de la opinión pública internacional contra el Presidente Chávez y el proceso revolucionario venezolano, tienen objetivos y propósitos mediáticos pero muy poca repercusión política a lo interno de ese proceso. Así, tanto para aquellos que respaldan en el exterior la revolución venezolana, como para quienes la analizan en su justa medida con capacidad para juzgarla rectamente, debe quedar claro que si bien el peso mediático de Madrid para nuestra revolución equivale a lo que fue alguna vez Miami para la revolución cubana, la fuerza de los hechos está en Venezuela y en lo que la mayoría de los ciudadanos venezolanos han decidido a lo largo de 13 elecciones consecutivas en los últimos once años.

Un análisis frío y realista de quienes en Europa están del lado de la oposición venezolana deviene en la certeza que las aspiraciones de ésta en lo que se refiere al Poder Legislativo “son absolutamente inalcanzables” y, por ello, -tal como lo expresó el editorial “Disyuntiva venezolana” publicado por el diario *El País* este 28 de agosto- apenas se contentan con apuntar que ojalá ésta obtenga “un tercio de los escaños” en las próximas elecciones del 26 de septiembre. Y es que, en el referido editorial del Grupo Prisa, se reconoce, textualmente, que “son inobjetable las mejoras en el nivel de vida de la mayor parte de la población venezolana” y que el “apoyo popular a Chávez es muy extenso”.

Los medios españoles han convertido las elecciones venezolanas en un campo de fútbol, con hinchas, fanáticos, especialistas y espectadores. Los hinchas de la oposición venezolana la imaginan batiéndose contra un demonio. Agitan, tragan saliva, entonan cánticos, silban, susurran plegarias y maldicen, maldicen mucho. Para la mayoría de estos medios, los árbitros venezolanos están vendidos y los rivales de su camiseta hacen trampas y son rudos. Vienen de tantas derrotas y anhelos incumplidos que miran el partido “pero no lo ven”. La manía de negar la evidencia les echa a pique la razón.

Los medios son una “barra brava” que tiene mucho que vengar. La televisión, al igual que la prensa escrita, constituye una “mediocracia” que impone el horario de juego, decide donde y como se juega, no rinden cuenta a nadie y manipula a los consumidores con imágenes para vender y comprar. Para ellos todo es una provocación inadmisibile, sólo que -al igual que en el fútbol- los medios también están en crisis jurídicas y económicas. Compran jugadas y jugadores, los afecta el Fondo Monetario Internacional y son más una empresa que otra cosa, con escándalos judiciales y todo lo demás.

Para los venezolanos -en cambio- el béisbol es el béisbol, el fútbol es el fútbol, y las elecciones son otra cosa. Tal vez por ello los guardametas del capitalismo no han podido detener los goles en 12 de los últimos 13 partidos, en los que las mayorías venezolanas han ganado... y por goleada.

Julián Isaías Rodríguez Díaz es Embajador de la República Bolivariana de Venezuela ante el Reino de España