

Las audiencias que interesan



Tiempo de lectura: 3 min.
Vie, 16/09/2016 - 08:51

Confieso que el tema del artículo era otro. Pero sigo observando algunas preocupantes reacciones sobre el impacto político real del 1° de septiembre, y siento necesario insistir sobre el tema, no tanto para “analizar” lo ocurrido, que ya se ha hecho con profusión, sino, lo que es más importante, de cara a las acciones que la dirigencia opositora propone para los próximos días.

Las acciones políticas, para ser eficaces, se diseñan en función de las audiencias específicas que se quieren impactar. La estrategia de presión social progresiva de la dirigencia opositora no está dirigida, como algunos pudieran pensar, a la cúpula de la decadente oligarquía oficialista. A ese grupito –por cierto, cada vez más escuálido– no se les va a convencer. Sienten que no tienen otra escapatoria que intentar huir hacia adelante arrojando la represión. Con ellos no hay que perder el tiempo. Las audiencias “objetivo” de la estrategia opositora son otras, y fundamentalmente cuatro.

La primera es el país descontento. Las acciones como las del 1S buscan demostrar que esto no es una lucha entre dos facciones políticas, sino la evidencia de que los venezolanos se encuentran hoy unidos en un propósito compartido. Además, estas acciones y las próximas buscan combatir la estrategia madurocabellista de generar frustración y desánimo. Lo del 1S y sus eventos subsiguientes están diseñados como ejercicios de esperanza, entendida esta no como sentarse a esperar que las cosas pasen sino levantarse a luchar para hacerlas posible. La estrategia opositora no solo está permitiendo que se destruya la tesis –comprada todavía por algunos– del pueblo abúlico, resignado y sumiso, sino que está dando la oportunidad de que la gente se convenza de su propia e inmensa fuerza, convencimiento sin el cual ninguna victoria es posible. Nada de esto estaría ocurriendo si la estrategia fuera otra.

La segunda audiencia es la comunidad internacional, ante la cual hay que seguir demostrando las intenciones democráticas y legítimas de la oposición venezolana, y evidenciar el descomunal apoyo popular al revocatorio de Maduro. Esto es esencial para lograr su respaldo en esta crucial lucha.

El tercer público objetivo está formado por el oficialismo descontento y por los otros sectores del gobierno, distintos de la pútrida jerarquía del madurocabellismo. Muchos dentro del gobierno ya saben ahora donde está el verdadero “poder popular”, y que cada acción que vaya contra ese poder los deslegitima, no solo por ahora, sino para cualquier intento o proyecto político futuro. La maniobra opositora les está subiendo progresivamente el costo político de intentar frenar el huracán del poder popular pro revocatorio, y los ha puesto a pensar hasta dónde es posible –en términos de su propia supervivencia– seguir acompañando a un gobierno en etapa terminal.

Y, finalmente, la última audiencia que la estrategia de la MUD busca impactar es la Fuerza Armada, hoy por hoy el más importante de los poderes fácticos del país. La dirigencia opositora ha sido enfática en que su lucha busca que la FAN sea querida y respetada por todo el país, y no solo por una facción que la utiliza y pervierte. Y sus acciones están provocando un cuestionamiento a lo interno del sector militar sobre lo peligroso que resulta enfrentarse a un país incontenible y nadar contra la corriente de la historia, sin contar con la carga penal (recordemos el Estatuto de Roma) que individualmente y sin prescripción castiga a los incursos en delitos de represión.

De nuevo, una estrategia inteligente y sistemática está logrando que muchos miembros de la FAN empiecen a sentir el inmenso costo de desconocer y enfrentarse a millones de voluntades hermanadas y decididas, y que su propio futuro está condicionado a su conducta frente a la avalancha de cambio que hoy es Venezuela.

En esta nueva etapa de la lucha, estas son las audiencias que importan. Lo demás son apuestas de azar lejanas a una política seria, eficaz y responsable. Y ya el país está harto de eso.

@angeloropeza182

6 de septiembre 2016

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)