Estados Unidos y el cambio de régimen en Venezuela (I)

Por: Carlos Fazio
Globalizacion, 25 de marzo 2019
La Jornada 25 marzo, 2019

Región: América Latina, Caribe
Tema: Imperialismo

En el marco de una guerra global de clases expansionista y agresiva, en los últimos 20 años, durante cuatro sucesivas presidencias de demócratas y republicanos en la Casa Blanca: William Clinton, George W. Bush, Barack Obama y Donald Trump, la diplomacia de guerra de Estados Unidos ha venido impulsando una política de cambio de régimenen Venezuela contra los gobiernos constitucionales y legítimos de Hugo Chávez y Nicolás Maduro.

El accionar abierto y clandestino de Estados Unidos se inscribe en la *dominación de espectro completo*, noción diseñada por el Pentágono antes de los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001, que abarca una política combinada donde lo militar, lo político, lo económico, lo jurídico/para-institucional, lo mediático y lo cultural tienen objetivos comunes y complementarios. Dado que el espectro es geográfico, espacial, social y cultural, para imponer la dominación se necesita manufacturar el consentimiento. Es decir, colocar en la sociedad determinados sentidos *comunes* que de tanto repetirse se incorporan al imaginario colectivo e introducen, como única, la visión del mundo del poder hegemónico. Eso implica la formación y manipulación ideológica (adoctrinamiento) de un grupo y/o una *opinión pública*legitimadores del modelo.

Para la fabricación del consenso resultan clave las imágenes y la narrativa de los medios de difusión masiva, con sus mitos, medias verdades, mentiras y falsedades. Apelando a la sicología de masas y la propaganda negra se imponen a la sociedad la cultura del miedo. La fabricación social del temor incluye la construcción de enemigos internos.

Manuales del Pentágono dan gran importancia a la lucha ideológica en el campo de la información y al papel de los medios y las redes sociales (Internet y teléfonos móviles) como armas estratégicas y políticas para generar violencia y caos planificado. Uno de esos documentos señala que *las guerras modernas tienen lugar en espacios más allá de simplemente los elementos físicos del campo de batalla. Uno de los más importantes son los medios en los cuales ocurrirá la contienda de la narrativa. La percepción es tan importante para su éxito como el evento mismo. Al final del día, la percepción de qué ocurrió importa más que lo que pasó realmente*.

La percepción puede ser creada con base en una noticia falsa y ser impuesta a las masas mediante campañas de operaciones sicológicas en los medios y/o en las redes de Internet (guerra social en red), o mediante *tanques de pensamiento*(thinktank), centros académicos, fundaciones, ONG e intelectuales orgánicos, a partir de matrices de opinión elaboradas por expertos de inteligencia y militares. Las campañas de intoxicación (des)informativas explotan los prejuicios y las vulnerabilidades sicológicas, económicas y políticas de la población de un país objetivo, y manejan un guion propagandístico desestabilizador, con eje en denuncias de corrupción y represión, etiquetando al régimen de turno como *dictadura*, y

agitando como banderas la defensa de los derechos humanos, la libertad de prensa y la ayuda humanitaria.

Antes de que Hugo Chávez llegara al gobierno el 2 de febrero de 1999 ya se había comenzado a construir su leyenda negra y en los medios hegemónicos clasistas y racistas venezolanos se referían a él como *El Mono* Chávez, *Gorila rojo*, un *negro*en Miraflores, y a sus seguidores los llamaron *hordas chavistas*.

Luego, y a la par que la Agencia Central de Inteligencia (CIA) creaba la organización serbia Otpor (Resistencia) y entrenaba a sus miembros en las técnicas del golpe suave con el objetivo de derrocar a Slobodan Milosevic en la ex Yugoslavia, se fue fraguando el golpe de Estado de 2002 en Venezuela, que como parte de una guerra no convencional y asimétrica de cuarta generación, utilizó al Internet y a los medios masivos (Venevisión, Globovisión, Radio Caracas Televisión y entre otros a los periódicos *Tal Cual, El Nacional* y *El Universal*), para promover matrices de opinión antichavistas y proyectar información manipulada, distorsionada y falsificada, con la intención de desacreditar al gobierno bolivariano.

Fracasados el golpe, el *lockout*(cierre patronal) de las corporaciones empresariales de Venezuela agrupadas en Fedecámaras y Conindustria, y el sabotaje de la gerontocracia de PDVSA (el ente petrolero estatal), el 24 de marzo del 2004, al rendir testimonio ante el Comité de Servicios Armados de la Cámara de Representantes estadounidense, el general James T. Hill, jefe del Comando Sur del Pentágono, acuñó la denominación *populismo radical* en clara referencia a Hugo Chávez. Pronto el término se usó con fines de propaganda masiva y se adaptó en México a Andrés Manuel López Obrador, el *mesías tropical* (E. Krauze *dixit*).

En diciembre siguiente triunfaba la *revolución naranja* de factura estadounidense en Ucrania, y en 2005, con financiamiento de Washington, eran enviados al Centro de Acción y Estrategias No Violentas Aplicadas (Canvas), de la Universidad de Belgrado, en Serbia, cinco *líderes estudiantiles* venezolanos para entrenarse en las políticas de cambio de régimen según las técnicas insurreccionales de las *revoluciones de colores* y los golpes suaves de Gene Sharp. Entre ellos figuraban Yon Goicochea, Freddy Guevara y Juan Guaidó.

Carlos Fazio

La fuente original de este artículo es La Jornada
Derechos de autor © Carlos Fazio, La Jornada, 2019

Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook
Conviértase en miembro de Globalización

Artículos de: **Carlos Fazio**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the

copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca