



ENTREVISTA



JORGE ROBERTO MÁRQUEZ. POLÍTÓLOGO

"La crisis relega las campañas"

La situación actual ha generado una profunda apatía en la población, que enfrenta dificultades diarias para satisfacer sus necesidades básicas, lo que reduce el interés por las elecciones. Las campañas no han logrado conectar con los ciudadanos.

EL ALTEÑO
redaccion@elalteno.com.bo

Jorge Roberto Márquez, es politólogo de profesión y asesoró campañas electorales y es analista político.

El Alteño (EA): ¿Por qué las campañas electorales de 2025 en Bolivia son tan tímidas y desangeladas?

Jorge Roberto Márquez (JRM): La crisis que atraviesa el país ha relegado la campaña electoral a un segundo plano. La escasez de gasolina, insumos médicos y alimenticios, combinada con una inflación creciente, ha generado una profunda apatía en la población. Los ciudadanos enfrentan dificultades diarias para satisfacer necesidades básicas, lo que reduce el interés en las elecciones. Además, el prolongado periodo de precampaña, iniciado hace más de un año con la creación de Símate, por Manfred Reyes Villa, ha causado un desgaste significativo. Desde diciembre de 2024, otros candidatos ingresaron a la contienda, pero la crisis económica y la falta de impacto de las alianzas y partidos han impedido que las campañas ganen tracción. A partir del 18 de julio, la propaganda comenzó a difundirse en medios de comunicación masiva, pero no ha logrado conectar emocionalmente con la población, que percibe las promesas electorales con escepticismo debido a la situación general del país.

EA: ¿Por qué se percibe tanta indiferencia, especialmente hacia los candidatos uninominales?

JRM: En ciudades como La Paz y El Alto, apenas se conocen tres o cuatro nombres de candidatos uninominales, lo que refleja una desconexión entre estos representantes y la ciudadanía. En El Alto, José Luis Paredes, hijo del exalcalde y exgobernador, ha ganado cierta notoriedad gracias a su apellido y trabajo previo. En La Paz, Juan del Granado se destaca en la circunscripción 8 por su trayectoria de 10 años como alcalde, en los que dejó un legado de institucionalidad. En la circunscripción 7, Alejandro Reyes y Carlos Palenque son reconocidos por su labor territorial, que incluye visitas puerta a puerta, instalación de gigantografías, banderines y afiches. Estos candidatos han invertido recursos en hacerse visibles, lo que les otorga una ventaja. Sin embargo, la mayoría de los uninominales no logra llegar a los barrios ni establecer un diálogo directo con los vecinos. Esto se debe, en parte, a los elevados costos de una campaña electoral, que requieren financiamiento para publicidad, logística y personal. La crisis económica limita los recursos disponibles y deja a muchos candidatos en desventaja y reduce su capacidad para movilizar votantes.

EA: ¿Por qué los candidatos no aprovechan las redes sociales, que tienen un costo menor?

JRM: Algunos candidatos creen que las redes sociales son suficientes para llegar a la población, pero

subestiman la importancia del trabajo territorial. Las plataformas digitales, aunque accesibles, no reemplazan el contacto directo con los ciudadanos, especialmente en comunidades donde el acceso a internet es limitado o donde la confianza se construye cara a cara. Los uninominales, como representantes más cercanos a los ciudadanos presidenciales y vicepresidenciales, enfrentan una tarea ardua: transmitir propuestas, movilizar votantes y representar los intereses de su territorio. En el caso de Libre, liderada por Jorge Quiroga, la estrategia se centra casi exclusivamente en la figura del candidato presidencial y relega a un segundo plano a uninominales como Paula Vargas, Carlos Palenque o Beto Astorga. Incluso el candidato a primer senador por La Paz, José Manuel Machua, tiene una presencia mínima en medios y en el territorio. Esta centralización refleja las decisiones estratégicas de las alianzas, que priorizan a las figuras principales y exigen disciplina a los candidatos de menor rango. La falta de recursos y la ausencia de una estrategia integral en redes sociales agravan esta situación y limitan la visibilidad de los uninominales.

EA: ¿Qué pasa con el MAS y candidatos como Andónico del Castillo? Sus uninominales tampoco se destacan...

JRM: El Movimiento Al Socialismo (MAS) enfrenta serios problemas de organización que debilitan su campaña. Por ejemplo, Morena, una de sus alianzas, no presentó candidatos en la circunscripción 7, y otras, como la Popular, apenas cubren hasta el segundo senador por La Paz, según las listas oficiales del Tribunal Supremo Electoral. Esta falta de cobertura evidencia improvisación en la selección de candidatos, un proceso que requiere planificación y cumplimiento de requisitos estrictos. El Partido Demócrata Cristiano, liderado por Rodrigo Paz Pereira, representa un caso aún más crítico: carece casi por completo de candidatos uninominales a nivel nacional, lo que pone en evidencia la fragilidad del sistema de partidos en Bolivia.

Esta debilidad estructural limita la capacidad de las organizaciones políticas para competir de manera efectiva y conectar con los votantes, especialmente en crisis que exigen propuestas claras y liderazgo sólido.

EA: ¿Cree que el MAS aún confía en los movimientos sociales para movilizar votantes?
JRM: El MAS no espera un milagro de los movimientos sociales para salvar su campaña. La gestión de Luis Arce ha generado descontento en sectores urbanos y de clase media, que ahora son fundamentales para obtener votos. En el pasado, el MAS dependía en gran medida del apoyo rural, pero la crisis actual ha cambiado las prioridades. Eduardo del Castillo, por ejemplo, ha adoptado una imagen más urbana, al usar traje y corbata, un gesto inusual para un partido que, desde 2006, rechazó estos símbolos como elitistas. Este cambio busca conectar con sectores afectados por la crisis económica, pero también refleja un alejamiento de los sectores populares más pobres, que tradicionalmente apoyaban al MAS. Otras alianzas se enfocan en captar "bolsos" de votos específicos al apostar por la teoría de la espiral del silencio, que sugiere que los votantes indecisos pueden inclinarse por una opción en el último momento. Sin embargo, esta estrategia es arriesgada en un contexto donde la desconianza hacia los políticos es alta.

EA: Las encuestas muestran un alto porcentaje de indecisos. ¿Qué significa esto?

JRM: Los indecisos son una constante en toda elección, y muchos tomarán una decisión final frente a la papeleta, guiados por sus emociones, necesidades o convicciones. En La Paz, la campaña carece de entusiasmo, en contraste con elecciones nacionales y subnacionales anteriores, donde se percibía una mayor efervescencia. La crisis económica, que afecta el poder adquisitivo y la calidad de vida, ha generado desinterés y desconianza hacia las propuestas políticas. Los candidatos deben diseñar estrategias precisas para captar a este grupo al utilizar datos demográficos,

encuestas y análisis de tendencias. Sin embargo, la falta de recursos y la desconexión con la ciudadanía dificultan esta tarea. Los indecisos representan tanto un desafío como una oportunidad para quienes logren conectar con sus preocupaciones en las semanas previas a la elección.

EA: Dos alcaldes participan en la carrera: Fernández en Santa Cruz y Reyes Villa en Cochabamba. ¿Por qué sus campañas no tienen impacto?

JRM: Manfred Reyes Villa, líder de Símate, inició su precampaña hace más de un año, lo que lo posicionó inicialmente como favorito en las encuestas. Sin embargo, el ingreso de otros candidatos desde diciembre de 2024 y el desgaste de una campaña prolongada han diluido su ventaja. Su mensaje carece de claridad, y los errores de sus asesores, como la fallida estrategia de Fajardo en Santa Cruz, han debilitado su posición. Además, sus conflictos públicos con Marcelo Clatire proyectan una imagen de inmadurez que no favorece su campaña. Johnny Fernández, en Santa Cruz, enfrenta el desafío de una gestión municipal ampliamente criticada. Su objetivo principal parece ser preservar la personería jurídica de Unión Cívica Solidaridad, pero su estrategia carece de impacto nacional. Los dos alcaldes, a pesar de su experiencia, han subestimado los retos de una campaña nacional en crisis.

EA: ¿Por qué el alcalde de La Paz, Iván Arias, no es candidato?

JRM: Iván Arias es considerado uno de los peores alcaldes de La Paz en el siglo XXI. Su gestión encarna lo que Maquivillo describe en sus Discursos sobre la primera década de Tito Livio: tras dos gobiernos fuertes, un líder débil lleva a la ciudad a una crisis. Arias ha demostrado indecisión, al liderar equipos ineficientes y dejar otras clave inconclusas. La avenida del Poeta, cerrada por más de seis meses, y la calle Aladón Saavedra, sin terminar en 500 días poste a ser troncal, son proyectos, como la ciclovía, no cumple su propósito, y el parque tanfado, suspendido por errores técnicos, han dañado su credibilidad.