

EVO, LA NOVIA, EL HIJO Y EL REFERENDO

Ricardo Vladimir Paz Ballivián

Resumen

Evo Morales convocó un referendo el 22 de febrero pasado para modificar la Constitución Política y poder acceder así a la posibilidad de una nueva reelección. Perdió el referendo luego de graves errores estratégicos de "timing" y de deficiente respuesta contingente. Un escándalo destapado por la prensa a escasas semanas del referendo, referido a un probable tráfico de influencias entre su ex pareja Gabriela Zapata, la revelación de la existencia de un hijo secreto del Presidente y el asesinato de 6 funcionarios municipales de una Alcaldía opositora, víctimas de una turba incendiaria, sellaron la primera derrota en las urnas de Evo Morales en más de 10 años de ejercicio del poder.

Palabras clave: Evo Morales; Referendo; estrategia; derrota; hijo; novia.

Abstract

Evo Morales announces a referendum last February 22 to amend the Constitution and thus access the possibility of re-election. He lost the referendum after serious strategic errors "timing" and poor contingent response. A scandal uncovered by the press a few weeks after the referendum, referring to a probable influence peddling among his former partner Gabriela Zapata, the revelation of the existence of a secret son of the President and the murder of six municipal officials of an opposition mayor, victims an incendiary mob, sealed the first defeat at the polls of Evo Morales in more than 10 years of exercise of power.

Keywords: Evo Morales; Referendum; strategy; defeat; son; girlfriend.

El gobierno boliviano perdió el referendo del 21 de febrero pasado sobre todo porque lo planteó en un momento inapropiado. La gente nunca terminó de entender porqué el gobierno requería resolver el tema de la repostulación de Evo Morales con tanta anticipación respecto de las elecciones de 2019.

Desde un inicio se vio el referendo con desconfianza; un gasto insulso justo cuando se empezaban a ver las primeras señales de una crisis económica.

Luego se escogió una estrategia de confrontación, de polarización política que llevó a la inevitable plebiscitación del proceso. En el momento en que los estrategias del MAS decidieron poner en juego la figura, presencia y prestigio del Presidente, realizaron una apuesta muy arriesgada y que a la postre se definió catastrófica.

Para entonces la reforma de la Constitución había pasado a segundo plano y aquello, que en un principio parecía ser una jugada desesperada pero eficaz para ganar el referendo, ahora que se perdió, aparece como la causa estructural que cuestiona de fondo la legitimidad del gobierno. El MAS apostó fuerte y perdió en consecuencia.

Durante la campaña, el gobierno pensó que podía escoger sus enemigos, pero fracasó rotundamente en su afán de colocar a Sánchez Berzaín, Goni, Manfred,

Samuel, Tuto y otros políticos que consideraban de imagen negativa. En este aspecto sus esfuerzos fueron vanos desde el inicio hasta el final. Faltó creatividad, audacia y sobró conservadurismo.

La campaña del gobierno no habló mucho de las cosas que le interesan a la gente. Faltó creatividad, audacia y sobró conservadurismo.

La campaña del gobierno no habló mucho de las cosas que le interesan a la gente y que podrían haber definido la elección a su favor, como la agenda 2025 y otros proyectos.

Finalmente, claramente el gobierno no tuvo capacidad de anticipación estratégica y menos todavía de respuesta contingente ante el destape de casos de corrupción que comprometieron la percepción de la gente sobre la ética del presidente.

El caso de Gabriela Zapata, alta ejecutiva de una empresa China que contrató más de 500 millones de dólares con el gobierno, ex amante del Presidente y con la que tuvo un hijo que hasta ahora no se sabe si está vivo o muerto, puso en tela de juicio la honradez de Evo Morales.



Foto: Momento de la campaña del referendo.
Fuente: Infolatam.

La cereza en la torta fue el pésimo manejo gubernamental del incendio de la Alcaldía de la ciudad de El Alto, donde murieron 6 funcionarios, a raíz del vandalismo ejercido por grupos corporativos ligados al MAS.

Los principales líderes opositores no cayeron en la propuesta de polarización del gobierno.

En la otra vereda la oposición política tuvo la luz de unirse y definir una participación secundaria, coadyuvante de un gigantesco y variopinto movimiento ciudadano. Los principales líderes opositores no cayeron en la propuesta de polarización del gobier-

no y más bien eludieron la confrontación, dejando al oficialismo enfrentado con millones de ciudadanos.

Las campañas del NO fueron múltiples y diversas, pero tenían algo en común: eran alegres, frescas y directas. Adicionalmente, las herramientas comunicacionales que se utilizaron fueron mucho más asequibles, baratas y lúdicas. Las redes sociales resultaron definitivas, sobre todo en las ciudades y en las clases medias.



Ricardo Vladimir Paz Ballivián

Sociólogo. Ha dirigido 40 campañas electorales presidenciales y locales en Argentina, Bolivia, Ecuador, Perú, Paraguay, México y Colombia.

✉ rpazb@hotmail.com