

Dividir para perder: el efecto Andrónico y la oportunidad para la oposición

MILTON MACHUCA :: 13/05/2025

Un MAS dividido: el propio Evo Morales está inhabilitado y Arce se desploma en popularidad: apenas 2% de apoyo

Desde inicios de 2024, la prensa boliviana e internacional ha puesto la lupa sobre la posible candidatura presidencial de Andrónico Rodríguez, actual presidente del Senado y figura emergente del Movimiento al Socialismo (MAS). Los análisis coinciden en que esta candidatura surge en un contexto de fractura interna del oficialismo: la pugna entre el expresidente Evo Morales y el presidente Luis Arce ha debilitado enormemente al partido que dominó hegemónicamente la izquierda boliviana desde 2005.

A ello se suman encuestas recientes que han posicionado a Rodríguez como favorito con un porcentaje relativamente bajo, lo que sugiere un escenario de voto fragmentado e incierto. Este artículo analiza por qué Andrónico no tendría posibilidades reales de ganar la presidencia y cómo su postulación más bien contribuiría a la fragmentación del MAS, beneficiando a una oposición ávida de retornar al poder.

Intención de voto y fragmentación del MAS

Varias encuestas difundidas a partir de 2025 muestran a Andrónico Rodríguez liderando la intención de voto, pero con un porcentaje muy lejos de las mayorías absolutas que el MAS solía obtener. Por ejemplo, un sondeo nacional encargado por el empresario Marcelo Claure (realizado con 5.000 encuestados) situó a Rodríguez primero con 25% de las preferencias, seguido por el empresario Samuel Doria Medina (16%), el expresidente Jorge "Tuto" Quiroga (15%), el pastor Chi Hyun Chung (13%) y el alcalde Manfred Reyes Villa (11%), con un 20% de indecisos.

Ningún candidato supera siquiera el 30%, evidencia de una profunda fragmentación del voto rumbo a las elecciones de 2025. Este "efecto Andrónico" en las encuestas refleja un MAS dividido: el propio Evo Morales está inhabilitado y Arce se desploma en popularidad (apenas 1-2% de apoyo según algunos estudios), de modo que la base oficialista se dispersa entre Rodríguez y la indecisión. De hecho, analistas señalan que el ~18-25% que alcanza Andrónico es modesto en comparación con el voto histórico del MAS, que en elecciones pasadas rondó entre 50% y 60%.

Esta caída drástica -resultado de la ruptura entre "evistas" y "arcistas"- sugiere que Rodríguez no logra aglutinar todo el electorado masista, sino solo una fracción de este. En términos de teoría política, el MAS enfrenta una *crisis de hegemonía*: tras años de dominio electoral, su bloque popular se implosiona y ninguna figura consigue representarlo en su conjunto. Un elemento clave es que Bolivia estrenará en 2025 la figura de la segunda vuelta presidencial (balotaje), nunca antes aplicada desde que se incorporó en 2009. En este sentido, diversos observadores concluyen que, dividido, el MAS prácticamente no puede

ganar un balotaje: aun si una facción del oficialismo (por ejemplo, Andrónico) pasa a la segunda ronda, probablemente sería vencida por el candidato opositor unificado.

Este escenario “todos contra el MAS” deja a Rodríguez sin una ruta clara al triunfo final. Incluso en primera vuelta, su techo de 25% lo aleja de la barrera del 40% con 10 puntos de ventaja requerida para ganar directamente. Así, desde una perspectiva institucional y numérica, las posibilidades electorales reales de Andrónico Rodríguez lucen muy limitadas si el MAS concurre fraccionado.

El rol de Marcelo Claire y la narrativa divisoria

¿Por qué entonces algunas encuestas presentan a Andrónico como “viable”? Aquí emerge el polémico rol de Marcelo Claire, magnate boliviano que ha financiado sondeos y opinado activamente sobre el panorama electoral. Claire difundió lo que llamó la “encuesta más grande de la historia” y luego, tras la proclamación de Rodríguez como candidato (mayo de 2025), publicó mensajes ambiguos: primero elogió a Andrónico diciendo tener “muchísima fe” en él y que era “mil veces mejor que un pedófilo o un incapaz” –en alusión nada sutil a Evo Morales y Luis Arce–, pero acto seguido aclaró que no lo apoya políticamente y más bien instó a que *la oposición se una en torno a un candidato único*.

En efecto, Claire interpreta los datos a su favor: enfatiza que, con un solo candidato opositor, el anti-masismo supera el 50% del electorado y “*ganaría en todo el país y en todos los segmentos sociales*”, por lo que “solo unidos pueden derrotar al oficialismo”. Esta narrativa busca configurar el campo político de 2025 como una contienda entre un oficialismo dividido e irrelevante, y una oposición unificada capaz de encarnar el “cambio”.

Desde la teoría marxista, podría decirse que Claire –representante de la élite empresarial– está operando como un “aparato ideológico” fuera del Estado, moldeando la opinión pública para *dividir a las clases subalternas* (el bloque campesino-popular del MAS) y facilitar una restauración del bloque opositor (dominado por antiguas élites). Sus encuestas y declaraciones forman parte de la lucha ideológica por la hegemonía: presentan a Andrónico como alternativa, solo para debilitar al MAS desde dentro y legitimar la idea de una necesaria unidad opositora. Varios actores han “comprado” o aprovechado este guion.

Por un lado, sectores del propio MAS vieron en Rodríguez una salida ante la crisis (él mismo justificó su candidatura como un mandato de las organizaciones sociales de izquierda, esgrimiendo la *representación orgánica* de las bases). Por otro lado, los opositores desesperados por una candidatura viable se han montado en la ola de las encuestas. Voceros de Doria Medina celebraron que esas cifras muestran “quién es quién en la carrera” y que Samuel sería el opositor con mayor chance de derrotar al MAS.

En contraste, aliados de Tuto Quiroga restaron credibilidad al sondeo de Claire, tildándolo abiertamente de maniobra para “*manipular*” la intención de voto. Analistas independientes también dudan de la veracidad de estas encuestas tempranas, señalando que carecen de aval oficial y que sin candidatos definitivos el panorama puede cambiar drásticamente. En suma, hay indicios de que los sondeos favorables a Andrónico son parte de una estrategia política: inflar una candidatura que divida el voto oficialista y genere optimismo en la oposición.

Cuando la encuesta crea al candidato: la ingeniería del voto

A la luz de lo expuesto, la candidatura de Andrónico Rodríguez parece más un síntoma de la autodestrucción interna del MAS que un proyecto con verdadera posibilidad de éxito electoral. Los datos muestran que Rodríguez encabeza las preferencias únicamente porque el voto histórico del MAS está fragmentado y ningún otro líder oficialista está habilitado o mantiene apoyo significativo. Sin embargo, su ventaja relativa (rondando 20%) no alcanzaría para ganar la presidencia, especialmente considerando un probable balotaje donde la oposición unida tendría las de ganar. Por el contrario, su postulación contribuye a dividir y dispersar aún más el caudal electoral del MAS, poniendo fin a la unidad que le daba fuerza hegemónica.

En términos de teoría política, estamos ante la crisis de un movimiento populista-caudillista que no logró una sucesión institucional: como advierte la literatura, cada caudillo crea su propia red de lealtades y al chocar dos liderazgos, el partido se quiebra. Andrónico intenta presentarse como “el sucesor” que rescate la unidad popular, pero termina profundizando la disputa de representaciones (¿el “verdadero pueblo” está con Evo, con Arce o con él?). Mientras tanto, la oposición aprovecha el vacío de hegemonía: mediante encuestas y discursos, construye la percepción de que el ciclo del MAS se cierra y un nuevo bloque puede tomar el poder.

En última instancia, Rodríguez no tiene posibilidades reales de ganar bajo estas condiciones; más bien, su candidatura ha sido instrumentalizada como pieza de una estrategia divisoria. La fragmentación del voto oficialista beneficia directamente a quienes buscan poner fin al proyecto masista, ya sea por vía electoral o por desgaste interno. Así, el caso de Andrónico Rodríguez ilustra cómo la combinación de conflictos intrapartidarios e ingeniería de opinión pública puede reconfigurar la lucha por la hegemonía política en una democracia: el antiguo orden pierde cohesión, y sus adversarios emplean todas sus herramientas –encuestas, medios e ideología– para disputarle la legitimidad y el poder efectivo.

CALPU

https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/dividir-para-perder-el-efecto