

# Entrevista a Víctor Quelca<sup>1</sup>

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.2.2936>



Investigador boliviano / Magister en Investigación en Ciencias Sociales por la Universidad de Postgrado para la Investigación Estratégica en Bolivia (UPIEB) / Profesor titular de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM), Bolivia.

**Antônio Fausto Neto & Aline Weschenfelder (A.F.N. & A.W.):** Entre sus preocupaciones sobre las relaciones entre la mediatización y la política, formuladas a principios de la década de 2000, y los días actuales, ¿cuál es la evaluación que hace de esta cuestión, tomando como referencia la realidad político-comunicacional del contexto boliviano?

**Víctor Quelca (V.Q.):** Hace una década se realizó el Pentágono Inaugural, organizado por el Centro Internacional de Semiótica y

Comunicación (CISECO), con el propósito de discutir las *Transformaciones de la mediatización presidencial: cuerpos, relatos, negociaciones y resistencias*; y a partir de esa experiencia seguimos reflexionando sobre las relaciones entre el poder, lo ideológico y la mediatización. En el campo político y en el comunicacional la relación entre la mediatización y la política se ha vuelto casi natural, es una mezcla simbiótica entre tradición-modernidad, entre pasado-futuro, entre realidad-mentira, entre miedo-esperanza, entre información-desinformación. El periodista Raúl Peñaranda (2014) publicó el libro *Control remoto, de cómo el gobierno de Evo Morales creó una red de medios paraestatales y un plan para acosar a la prensa independiente* y posteriormente surgieron una serie de cuestionamientos y debates sobre la metodología empleada en el estudio; sin embargo, pareciera describir una de las visiones existentes y en discusión sobre la realidad de los medios y la política en la actualidad en Bolivia. En anteriores publicaciones sobre el tema se puede encontrar el libro *Incestos y Blindajes, radiografía del campo político periodístico*, de Rafael Archondo (2003), por nombrar algunos de muchos otros que comenzaron a pensar estos temas. Aunque en lo referido a la mediatización política en las redes sociales hacen falta investigaciones sobre los alcances de Internet en el campo político del país.

<sup>1</sup> Nota del editor. La entrevista fue realizada en el marco de la coyuntura electoral boliviana y con antelación al golpe de estado que tuvo lugar en Bolivia y terminó con el mandato constitucional del presidente Evo Morales.



real, todo favorecido por el acceso y la interacción inmediata a través de las redes sociales en Internet. Se busca construir *verosimilitud* en base a indicios que ocupan el espacio de los mass media y em base a situaciones reales relacionadas, por ejemplo, a filmaciones que pretenden denunciar abusos de poder o supuestos actos de corrupción.

**A.F.N. & A.W.: En una entrevista publicada en el libro del Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (CISECO) sobre la mediación de la función presidencial, el semiólogo Umberto Eco atribuyó a las manifestaciones de la mediatización, la “desaparición de la democracia democrática”. ¿Cuál es su evaluación sobre este punto de vista, y cómo ve las incidencias de este fenómeno sobre la vida política de su país?**

V.Q.: En Bolivia, la democracia siempre se ha movido en base a decisiones corporativas y comunitarias, principalmente de sectores otrora relegadas a un segundo plano. Es decir, la ciudadanía se la ha ejercido corporativamente o comunitariamente para hacer frente a un Estado unidimensional que supo concentrar poder. El gobierno de Morales se sustenta en la Coordinadora Nacional por el Cambio (CONALCAM), que está conformada por tres bloques sociales: el indígena campesino originario; el bloque obrero, constituido por trabajadores fabriles, artesanos, trabajadores y maestros rurales, todos afiliados a la Central Obreira Boliviana (COB); y un tercer grupo urbano popular integrado por transportistas y pequeños empresarios. Paradójicamente, cuenta con un Viceministerio de Descolonización, aunque las prácticas coloniales en el campo de la justicia puede decirse que se sostiene en el lema: “para mis amigos todo, para mis enemigos la ley”, lo que ha dado lugar a algunas irregularidades en las dependencias del gobierno. Dicha forma de ejercer la democracia puede haber caído en el *prebendalismo* de sectores sociales que se favorecen o tienen preferencias de parte del gobierno a cambio de brindar su apoyo político. En gobiernos anteriores, los grandes grupos de empresarios eran los que se veían favorecidos; ahora son los sectores sociales y populares, aunque tampoco han quedado de lado algunos grupos empresarios.

**A.F.N. & A.W.: Como aspecto derivado de la cuestión anterior, ¿cómo ve el papel de las nuevas tecnologías y de los procesos interactivos que han transformado el vínculo entre las instituciones y la sociedad, y debilitado, por consiguiente, aspectos relativos a otras estructuras de mediación y el papel de las llamados *medios viejos o tradicionales*?**

V.Q.: La irrupción del paradigma de las nuevas tecnologías fue algo sorpresiva. Y apenas terminábamos de abordar y comprender la lógica, sobre todo de la economía política de los medios tradicionales, la llegada de Internet ha acelerado y promovido nuevas formas de convivir con los signos, con la comunicación digital interactiva, y con la información y la desinformación que



de investigación como el consumo de Internet, la publicidad en Internet, las redes sociales, la *posverdad*, el cruce entre feminismo e Internet, los jóvenes e Internet, por citar algunas temáticas actuales.

**A.F.N. & A.W.: ¿Cómo ve el papel de la mediatización en el surgimiento de las “ondas conservadoras” que soplan sobre el funcionamiento de la política en el continente latinoamericano? Según su punto de vista, ¿qué caracteriza el giro hacia el populismo de derecha en el contexto latinoamericano?**

**V.Q.:** En estos tiempos no es posible hablar de izquierda y derecha absolutas, hay que incluir en el medio a los políticos disidentes de la izquierda, pasando por el centro, la derecha moderada, la derecha conservadora, los radicales, los antissistema. En este contexto, los gobiernos progresistas del siglo XXI no pudieron ofrecer en Bolivia una solución convincente para colmar las expectativas y los problemas de las amplias mayorías, que buscan la satisfacción de sus necesidades básicas, y ante esta situación la derecha ocupó estratégicamente espacios cedidos o malcomprendidos que fue dejando la izquierda.

La derecha se sostiene en ideas conservadoras ligadas a la religión, la educación de una sola dimensión, la familia, los valores. De hecho ya no existe la oposición clásica de derecha y de izquierda como se entendía hace algunas décadas. Son otros tiempos, y para muchos sectores existe, por ejemplo, el ansia de retornar a un pasado mítico, recuperar *su* cultura, ser ese alguien que la llegada de los españoles interrumpió, como por ejemplo ocurre con la institucionalización de microgobiernos autonómicos, denominados como autonomías indígenas.

Además, ¿es la alternancia una solución para los problemas de la democracia en los Estados actuales? En Bolivia hace falta crear instituciones sólidas que garanticen el sistema democrático. Hace falta más comunicación entre los que representan y los representados. No hay voces que pregunten, que cuestionen. Y existe, en ese contexto, una oposición política débil que no termina de consolidarse para ofrecer un panorama democrático alternativo.

**A.F.N. & A.W.: ¿Qué sucede en Bolivia respecto de la nueva cobertura mediática y la aparición de personajes políticos que tienen un discurso conservador?**

**V.Q.:** Chi Hyun Chung se ubica en la ola conservadora emergente de la nueva política boliviana. Nació en Corea del Sur, el 7 de marzo de 1970, pero a los 12 años llegó a Bolivia, por lo que tiene doble nacionalidad. Su perfil está construido sobre la figura del pastor: “misionero investigador de la evangelización hispana para el mundo”. De cualquier manera, hay que diferenciarlo de Jair Bolsonaro, presidente de Brasil, que es un político apegado a la iglesia evangélica conservadora; en cambio en Bolivia, tanto Chi como Humberto Peinado

son pastores evangélicos, misioneros conservadores, pero apelan también a la política en las elecciones de 2019.

Los votantes cansados de los “políticos tradiciones” que no “cumplen” siempre están en búsqueda de lo nuevo que les aliente las esperanzas. Y la búsqueda de un “líder nuevo” puede ser también un “nuevo estilo”. En Bolivia, en 1993, varios votaron por “el gringo” [Gonzalo Sánchez de Lozada], y en el 2005 por “el indio” [Evo Morales]. En la actualidad, un buen número de bolivianos parece querer depositar sus esperanzas en “el chino” [Chi Hyun Chung]. Creo que son tendencias del discurso populista.

La generación de estudiantes universitarios usuarios de Internet y de las tecnologías digitales como Whatsapp, Instagram, Facebook y otras se ha sumado muy rápidamente a la entrada del candidato Chi Hyun Chung, que inauguró sus mensajes con un discurso contra las diversidades sexuales y contra la despenalización del aborto. Es una muestra de que en Bolivia existe un porcentaje de intención de voto basado en valores conservadores o tradicionales. Aunque es necesario mencionar que los políticos tradicionales ya intentaron captar el voto más conservador de la población, específicamente el proveniente de la iglesia evangélica. Peinado, otro pastor candidato a vicepresidente por la Unidad Cívica Solidaria (UCS), no ha tenido la suficiente empatía generacional ni fuerza en su discurso. Pero son emergentes que habrá que evaluar como prosperan en el tiempo.

### **A.F.N. & A.W.: ¿Cómo es la *lucha simbólica* en términos de los procesos de cobertura comunicacional y las estrategias de los candidatos a las elecciones presidenciales bolivianas de 2019?**

V.Q.: La estrategia del candidato oficialista del MAS, Evo Morales, quien busca su reelección bajo el slogan “Evo y pueblo, futuro seguro”, hizo hincapié en el bienestar y la estabilidad económica, que es mostrada como la mejor de la región. El segundo candidato con mayor cantidad de votos, Carlos Mesa, de la Comunidad Ciudadana (CC), se centró en la propuesta alternativa de “¡Ya es demasiado!”, es decir, demasiada corrupción, injusticia, inseguridad, estancamiento, abuso de poder. El candidato a la presidencia por la alianza Bolivia Dice No (21F), Óscar Ortiz, recogió en su campaña el respeto a la voluntad popular expresada en el referendo en el que la mayoría de los bolivianos votó por no permitir la reelección de Morales, a partir de lo cual construye una postura opuesta a la gestión de Morales. Otros postulantes como el Movimiento Tercer Sistema (MTS) o el antiguo e histórico Movimiento Nacionalista Revolucionario (MNR), el Partido de Acción Nacional Boliviano (Pan-Bol) y el Frente Para la Victoria (FPV), difundieron sus propuestas en cuentas personales y en páginas de *fans* y publicidades pagadas en redes sociales, aunque esos discursos no alcanzaron a legitimar una imagen ni las propuestas tuvieron gran impacto.

El oficialismo se benefició de la publicidad elaborada y puesta en circulación desde las diferentes dependencias de gobierno y ha triplicado el presupuesto del Ministerio de Comunicación para la campaña electoral. Además, la lógica de la cobertura mediática en estas elecciones ha estado determinada por los anuncios políticos pagados, lo cual fija la cobertura en los medios, es decir, los partidos que más invierten en publicidad son los que mayor cobertura reciben en los medios a través de entrevistas, difusión de noticias y otras formas de ganar presencia mediática.

**A.F.N. & A.W.: ¿Puede usted decir cómo se manifiestan las acciones de comunicación de los llamados *guerreros digitales*? ¿Qué hay de nuevo en este movimiento desde el punto de vista de los procesos de cobertura?**

V.Q.: Meses atrás se mencionó la capacitación de 2.800 *guerreros digitales*, personas que eran parte de las juventudes del MAS dedicadas a impulsar las gestiones del gobierno en la redes sociales para las elecciones del 20 de octubre de 2019. Su objetivo era realizar una fuerte campaña en las plataformas digitales para dar a conocer las obras del presidente Morales y acercar el mensaje y persuadir a los *paradestinatarios*, usando el término que Verón utiliza para calificar a los públicos indecisos, ya que los *contradestinatarios* y los *prodestinatarios* tienen el discurso político alineado a favor o en contra del gobierno de Morales.

Estos *guerreros digitales* son activistas capacitados y solventados por el gobierno, y participan en gran medida a través del uso estratégico de las redes sociales y digitales. Difunden anónimamente elogios al gobierno sobre los éxitos de los programas gubernamentales, lanzan ataques a los opositores e interactúan en los mensajes para contrarrestar los efectos de los discursos contrarios a Evo y su gestión en estos 14 años. Pero de igual manera se observa este activismo en programas radiales como “Voz Popular”, de Radio Panamericana.

**A.F.N. & A.W.: ¿La investigación académica boliviana afectó o tuvo influencia en la campaña electoral?**

V.Q.: La actividad académica boliviana no ha sido significativa respecto a la cobertura mediática en la presente elección. Se ha reducido a las universidades, que acogieron a los candidatos para la presentación de sus propuestas programáticas. Tal vez haya que mencionar una *app* con las referencias y propuestas archivadas de cada uno de los partidos, una aplicación creada por la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Católica Boliviana. El proyecto “Tu voto cuenta” fue creado con el objetivo de contribuir a un proceso electoral transparente a partir del ejercicio del derecho político ciudadano, y para fortalecer la institucionalidad democrática. Los responsables del proyecto fueron Juan Carlos Núñez y algunas de las universidades, de diversas tendencias, junto a la Universidad Católica Boliviana, además de la red nacio-

nal de televisión universitaria y una decena de radios vinculadas a la iglesia católica. Otra experiencia pionera fue impulsada por IDEA Internacional, con el programa CANDI Dat@s<sup>2</sup>, que buscó fomentar al voto informado.

**A.F.N. & A.W.: ¿En qué se diferencian, en términos de estilos comunicativos, Morales y su oposición?**

**V.Q.:** Los estilos comunicativos de Evo Morales son elaborados por profesionales y son planificados desde las técnicas más modernas del marketing político, como el transmedia *storytelling*. Los *spots* son realizados a partir de historias de vida cotidianas de personas del pueblo y elaboradas por encargo de Entel Bolivia, Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos, Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda, entre otras dependencias. Presentan la forma de documentales, cuya difusión dura más tiempo que un *spot* comercial tradicional.

En cambio, estrategias como la de Chi Hyun Chung, por seguir con ese caso, y su eslogan “CHI-puede”, lleva como lo mencionamos anteriormente a una identificación con los jóvenes; quizás juntos como en un *enjambre* (Byun Chung Han) reunidos contra Evo. Toda la votación anti-Evo intento aglutinar la *bronca* por lo ocurrido en la Chiquitania boliviana, donde se consumieron miles de hectáreas de bosque y de reservas forestales por ampliar las concesiones a empresarios cruceños. Según algunas encuestadoras, como CIES-MORI, Chi tenía antes de las elecciones un 8 % o 9 % de respaldo, lo cual planteaba un fenómeno inesperado que se produjo a pocas semanas de ser presentado como candidato. En corto tiempo superó, en las encuestas al menos, a todos los otros “candidatos chicos”: Félix Patzi, Víctor Hugo Cárdenas, Ruth Nina, Virginio Lema e Israel Rodríguez, que trabajaron en su campaña desde el inicio del periodo electoral.

Los votantes de Chi, según mi opinión, en primer lugar son los religiosos conservadores, sobre todo evangélicos. Se identifican con un discurso *pro-vida* y *pro-familia*. Al inicio pensaban votar por Víctor Hugo Cárdenas, pero terminaron por creerle más a Chi. En segundo lugar, es una candidatura que agrupa a los desencantados con todos los políticos tradicionales. En vez de votar blanco/nulo, expresan su protesta votando por “el chino”. Y en tercer lugar, reunió a jóvenes urbanos con estudios universitarios que buscan a alguien “nuevo”, y Chi lo es, además de ser exótico y, quizás, el *indexial turn* en la política boliviana que consiste en el retorno a los esencialismos; *index appel*, el cuerpo semiótico y el signo corporal en la comunicación política que canalizan a través de él su esperanza en “nuevos líderes”.

2 En línea: [www.candidatxs.com.bo](http://www.candidatxs.com.bo)

## REFERENCIAS CITADAS:

- Fausto Neto, A. Mouchon, J. & Verón, E. (2010). *Transformaciones de medación presidencial: cuerpos, relatos, negociaciones, resistencias*. São Caetano do Sul: Difusão Editora.
- Archondo, R. (2003). *Incestos y Blindajes, radiografía del campo político periodístico*. La Paz: Plural.
- Peñaranda, R. (2014). *Control remoto, de cómo el gobierno de Evo Morales creó una red de medios paraestatales y un plan para acosar la prensa independiente*. La Paz: S/D.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones, elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

## IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO

**Víctor Quelca**. Magíster en Investigación en Ciencias Sociales por la Universidad de Postgrado para la Investigación Estratégica en Bolivia (UPIEB), mención: *Comunicación, Discurso y Política*. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM), Bolivia, donde también culminó los estudios de la Maestría en Educación Superior. Profesor titular de la UAGRM en las materias *Teorías de la Comunicación, Diseño Gráfico e Investigación educativa*. Publicó, en coautoría con José Galvez Vera, Martha Paz Burgos, Guerlaine Meza y Marcos Yañes, el libro *Sensacionalismo, valores y jóvenes: el discurso y el consumo de dos periódicos bolivianos de Crónica Roja* (Fundación PIEB, 2003). También fue parte del libro colectivo *Transformações da midiatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências*, cuyos aportes se derivan del Pentálogo Inaugural realizado por el Centro Internacional de Semiótica y Comunicación (CISECO), Brasil. Autor de artículos sobre metodología de la investigación y semiótica publicados en diversas revistas internacionales. Miembro-fundador del Círculo de Semiótica de Bolivia y miembro del Comité Asesor de la revista *deSignis* 17, de la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS).