

ECUADOR Debate

CONSEJO EDITORIAL

José Sánchez-Parga, Alberto Acosta, José Laso Ribadeneira,
Simón Espinosa, Diego Cornejo Menacho, Manuel Chiriboga,
Fredy Rivera Vélez, Marco Romero.

Director: Francisco Rhon Dávila. Director Ejecutivo del CAAP
Primer Director: José Sánchez Parga. 1982-1991
Editor: Fredy Rivera Vélez
Asistente General: Margarita Guachamín

REVISTA ESPECIALIZADA EN CIENCIAS SOCIALES

Publicación periódica que aparece tres veces al año. Los artículos y estudios impresos son canalizados a través de la Dirección y de los miembros del Consejo Editorial. Las opiniones, comentarios y análisis expresados en nuestras páginas son de exclusiva responsabilidad de quien los suscribe y no, necesariamente, de ECUADOR DEBATE.

© ECUADOR DEBATE. CENTRO ANDINO DE ACCION POPULAR

Se autoriza la reproducción total y parcial de nuestra información, siempre y cuando se cite expresamente como fuente a ECUADOR DEBATE.

SUSCRIPCIONES

Valor anual, tres números:

EXTERIOR: US\$ 30

ECUADOR: US\$ 9

EJEMPLAR SUELTO: EXTERIOR US\$. 12

EJEMPLAR SUELTO: ECUADOR US\$ 3

ECUADOR DEBATE

Apartado Aéreo 17-15-173B, Quito-Ecuador

Telf: 2522763 . Fax: (5932) 2568452

E-mail: caap1@caap.org.ec

Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre, Quito.

PORTADA

PuntoyMagenta

DIAGRAMACION

Martha Vinueza

IMPRESION

Albazul Offset



ISSN-1012-1498

Quito-Ecuador, diciembre del 2006

PRESENTACION /

COYUNTURA

La victoria de Rafael Correa y la ola progresista en América del Sur / 7-18
Hernán Ibarra

El enigma del voto étnico o las tribulaciones del movimiento indígena:
Reflexiones sobre los resultados de la primera vuelta electoral (2006)
en las provincias de la sierra / 19-36

Sara Báez Rivera y Víctor Bretón Solo de Zaldívar

Escenificaciones, redes y discursos en la segunda vuelta electoral / 37-50
Carlos de la Torre

Conflictividad socio-política / 51-56

Julio- Octubre 2006

TEMA CENTRAL

La crisis del clientelismo en Ecuador / 57-76

Pablo Ospina Peralta

Relecturas de la noción de clientelismo: una forma diversificada
de intermediación política y social / 77-102

Emmanuelle Barozet

El Clientelismo político como intercambio / 103-148

Susana Corzo Fernández

La Política del Don en la ruralidad Peruana / 149-160

Ladislao Landa Vásquez

DEBATE AGRARIO

La investigación Agroecológica: ¿Puede contribuir a la disminución
de los impactos ambientales? / 161-166

Susana Álvarez y Teodoro Bustamante

Desplazamiento poblacional y seguridad humana:
el caso de Carchi e Imbabura / 167-186

Tanya Korovkin y Zulinda Hernández

ANÁLISIS

De la intransigencia a la conciliación: el aprendizaje político del movimiento obrero ecuatoriano / 187-204

Takahiro Miyachi

La responsabilidad de proteger elementos para el desarrollo de una posición ecuatoriana / 205-220

Arturo Cabrera Hidalgo

Inicios de la Modernidad en América ¿Civilización o Barbarie? / 221-230

Pedro L. Basulto Ramírez

TEMA CENTRAL

La crisis del clientelismo en Ecuador*

Pablo Ospina Peralta**

La historia de todos los pueblos sin exceptuar uno solo, demuestra que en nada es más lenta la marcha del género humano, como en el conocimiento práctico del término de las relaciones que unen a los gobiernos y a los súbditos

Bernardo de Monteagudo, 1822
(cit. en Montoya 2002: 174)

Las imágenes parecen repetidas. Álvaro Noboa lanza camisetas, entrega dinero en efectivo, impone sus manos milagrosas sobre los enfermos a los que ayuda con las migajas de su poder terrenal. En su momentáneo regreso del exilio en 1988, Abdalá Bucaram hizo algo parecido desde su helicóptero: lanzaba muñecas y comida a una multitud de arrebatados seguidores que en su desesperación causó incidentes trágicos. La conclusión parece obvia. Se entregan cosas, migajas, limosnas, baratijas de vidrio, y a cambio se reciben votos, lealtades, poder. Esta

es la manera usual y periodística de comprender el clientelismo.

Dicho de manera más docta, el clientelismo supone la relación entre un "patrón" y un cliente. En un texto clásico se lo define así:

En el núcleo de las relaciones patrón-cliente yacen tres factores básicos que las definen y diferencian de otras relaciones de poder que ocurren entre individuos o grupos. Primero, el patrón-cliente envuelve el desarrollo de relaciones de dos partes en condiciones de desigualdad respecto a su estatus, riqueza e influencia(...). Segundo, la forma-

* Este ensayo está basado en varias investigaciones llevadas a cabo por motivos distintos a lo largo de muchos años. Resaltan la investigación sobre movimiento indígena y gobiernos locales en Cotacachi y Cotopaxi que dirigí en el Instituto de Estudios Ecuatorianos el año 2005; mis constantes apuntes de investigación sobre Galápagos desde 1996 y la acción política y de reflexión que hago en el sur de Quito con los compañeros de la Comisión de Vivencia, Fe y Política desde fines del año 1999.

** Profesor del área de historia de la Universidad Andina Simón Bolívar e investigador del Instituto de Estudios Ecuatorianos

ción y mantenimiento de estas relaciones dependen del intercambio y reciprocidad de bienes y servicios. De todas maneras, tal intercambio mutuo involucra bienes y servicios no comparables entre sí. Es típico en estas transacciones que el actor (cliente) de menor condición o estatus recibirá bienes materiales y servicios en el intento por reducir o mejorar las amenazas de su entorno; mientras que, el actor de nivel superior (patrón) recibe recompensas menos tangibles, tales como servicios personales, señales de estima, deferencia o lealtad, o de naturaleza directamente política, como puede ser el voto. Tercero, el desarrollo y sostenimiento de las relaciones patrón-cliente descansa poderosamente en el contacto cara a cara (face-to-face) entre las dos partes; el intercambio supone una circunlocución en cierta forma íntima y particularizada de cuya proximidad depende. Estas tres características del modelo patrón-cliente: posiciones (status) desiguales, reciprocidad y proximidad, mantenidas independientemente de si las partes las conforman individuos, que es el caso más común, grupos de parentesco, grupos ampliados de parientes, grupos voluntarios, formales e informales, incluso instituciones (Duncan Powell 1970:64) (cfr. Traducción Ecuador Debate).

No es una definición unánime. Para algunos, la relación clientelar no tiene que ser necesariamente personal; en las sociedades modernas, de masas, urbanas, las redes de clientela se hacen más impersonales y pierden inevitablemente

su carácter "cara a cara". Pero persisten (Caciagli 1996: 22). Para otros la relación clientelar debe entablarse entre un patrón y *un individuo o una red organizativa informal* porque cuando el "cliente" es una organización formal, aparecen problemas de demarcación con el corporativismo, cuyas consecuencias políticas y sociales tienen particularidades que lo distinguen¹.

A pesar de su reconocida importancia, el clientelismo político ha sido muy poco estudiado en el país. Casi todos los académicos lo mencionan, pero ninguno lo ha estudiado. Los trabajos de Amparo Menéndez Carrión (1986) y de Rafael Guerrero (1994) sobre el CFP describen las redes clientelares en la provincia del Guayas desde una perspectiva de sociología política (bastante norteamericana, es decir, descriptiva y formalista, en el primer caso). Los trabajos de Andrés Guerrero (1991) y de Carola Lenz (1997 [1988]) las analizan en su matriz rural, familiar y hacendaria, casi sin llamarlas por su nombre. Fernando Bustamante (1999: especialmente 26-30) esboza interesantes hipótesis sobre los diferentes bloques de alianzas verticales que este tipo de relaciones permite en los muy distintos contextos culturales de la sierra y la costa. Tampoco las nombra, pero se diseña en su argumento el perfil de dos formas regionales de clientelismo político.

Este breve ensayo no pretende cubrir ese inmenso agujero en la literatura

1 Coincido con Caciagli (1996: 28-9 y nota 16) cuando señala que los trabajos de Luigi Graziano pierden de vista este detalle, lo que le impide distinguir entre corporativismo y clientelismo. El mismo problema tiene la reseña de Bolivia, México y Venezuela de Duncan Powell (1970: 413-24).

sociológica y antropológica del país. Es más bien un ordenamiento preliminar de algunos materiales etnográficos dispersos levantados a lo largo de investigaciones destinadas a servir para otros fines. Su ordenamiento responde a una preocupación política que quiero hacer explícita.

Los efectos del clientelismo en los sistemas políticos han concentrado el interés de las ciencias políticas y la sociología desde que el concepto abandonó su tierra original de la antropología y los estudios monográficos sobre pequeños pueblos. La persistencia del clientelismo en sociedades modernas, en sistemas políticos democráticos y en medio del desarrollo avanzado del capitalismo, llevó a asociarlo menos con la ausencia del proceso de modernización que con una forma particular de la modernización social y política. El caso paradigmático es el del sur de Italia y una parte del resto de las sociedades mediterráneas. Los estudios del clientelismo en la vida municipal norteamericana también son ejemplos llamativos de esta persistencia². En este trabajo retomamos el mismo argumento: el proceso de modernización ecuatoriano tiene en el clientelismo una de sus herramientas políticas fundamentales.

Más específicamente, la hipótesis histórica sobre la que se basa este ensayo es que el clientelismo se convirtió en

la forma privilegiada mediante la cual las clases dominantes del Ecuador pudieron conservar su hegemonía política durante el período de transición hacia el capitalismo y el estado moderno (1925 – 1975). El problema que esa lenta transición planteó al sistema de dominación fue doble. Por un lado las clases dominantes tradicionales se descomponían y transformaban ellas mismas por efectos del desarrollo capitalista. Se diferenciaban internamente y los nuevos subgrupos nacidos de esa diferenciación se enfrentaban unos a otros en el proceso de cambio social³. El clientelismo fue uno de los principales (o tal vez el principal) mecanismos para lograr el ascenso político de las nuevas fracciones de clase que emergían en el escenario turbulento posterior a la crisis de 1920. Por otro lado, la transición relajó los controles tradicionales que las clases dominantes habían usado para ganar la adhesión, la lealtad o la aceptación de los sectores subalternos. Los años veinte del siglo XX vieron crecer las rebeliones y la agitación social, lo que era un reflejo de las fisuras que agrietaban el modo de dominio anterior. Eran señales del inicio “del protagonismo de las masas”. La política oficial dejaba de ser un asunto de notables. En una palabra, el clientelismo se convirtió en el principal mecanismo para ganar la lealtad política de sectores de masas recientemente movili-

2 Una reseña de los estudios sobre clientelismo desde su original terreno de nacimiento en la antropología hasta sus derivaciones en la ciencia política en Caciagli (1996) y sobre todo Moreno Luzón (1999: 74-7 y 81-2).

3 La mejor panorámica de la crisis hegemónica provocada por la transición al capitalismo en este período es la de Juan Maiguashca y Lisa North (1991).

dos en una época de aumento de la participación social y de crisis de las lealtades tradicionales⁴.

El clientelismo forma parte de un sistema de dominación más amplio, compuesto de variados y regionalmente diferenciados mecanismos de conservación del orden establecido. Pero incluso si algunos lectores no quieren adoptar dicha perspectiva, incluso si piensan que no existe tal cosa como un "sistema de dominación", pueden admitir que el clientelismo es una relación social asimétrica que se nutre y perpetúa relaciones sociales de desigualdad ¿Qué está ocurriendo en la actualidad? El Ecuador está viviendo desde 1995 una crisis política profunda, estructural y probablemente sistémica. Si esto es así, lo más probable es que las herramientas tradicionales de dominio social y político estén viviendo una crisis semejante. Si el clientelismo ha sido una de esas herramientas básicas durante el período de construcción del estado y la sociedad modernos, entonces el propio clientelismo debe estar viviendo una crisis. Para ponerlo en pocas palabras, el presente ensayo es un intento de caracterizar, describir y justificar la idea de una crisis reciente del clientelismo.

Personas

¿El clientelismo en crisis? Parece una idea contra – intuitiva. Al contrario, nunca ha parecido ser tan boyante. Nos tropezamos con la relación en cada

nueva elección, en cada viejo municipio, en cada nuevo contacto entre los políticos y sus electores ¿Qué significa la palabra **crisis**?

En tanto herramienta de dominación, el clientelismo es al mismo tiempo un mecanismo de hegemonía y un mecanismo ideológico. De **hegemonía**, porque los sectores dominantes hacen concesiones reales, materialmente verificables, a los dominados. De hecho, desde el punto de vista de los pobres, el clientelismo es probablemente casi la única forma que tienen para obtener "algo" del sistema político y del estado: una calle, una casa, agua entubada, comida. **Ideológico**, en el viejo y más estrecho sentido de "ocultamiento de la realidad", porque encubre el intercambio bajo el velo de relaciones personales y paternas de afecto y familiaridad.

La tesis que defiende es que el clientelismo está sometido a presiones tanto en sus funciones redistribuidoras como en sus características mistificadoras o ideológicas. Abordaré ambos tipos de presiones aunque parece claro que el aspecto esencial de la crisis consiste en que si bien el clientelismo conserva parte de su función redistribuidora, ha perdido una parte importante de su carácter mistificador o ideológico. Al perderlo, la lealtad política que produce se vuelve extremadamente frágil, cambiante e inestable. En cualquier caso, ambas dimensiones, aunque viven crisis y reacomodos, muestran simultáneamente signos de vitalidad. En la última sección

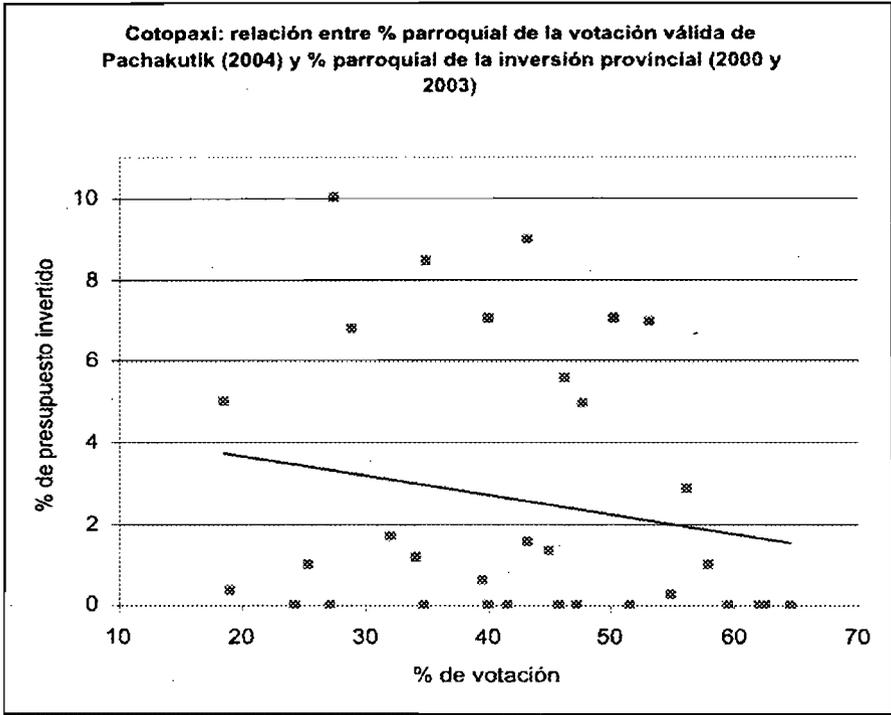
4 Precisamente las mismas condiciones históricas de masificación política del clientelismo en Italia y en otros países que debían controlar a bases campesinas movilizadas durante el proceso de modernización (Duncan Powel 1970: 413-20; Moreno Luzón 1999: 83-4).

se especifica el sentido de estas señales simultáneas de crisis y de vitalidad.

Un ejemplo desde la provincia de Cotopaxi puede servir para plantear el problema de manera más empírica y específica. En base a la información de las cédulas presupuestarias del Consejo Provincial de Cotopaxi, ordenamos las obras de inversión (es decir, de infraestructura física) por parroquias. Buscamos identificar **correlaciones** entre el monto de obras y el porcentaje de votación por parroquia. La “hipótesis clientelar” supondría que mientras más obras físicas se hacen en una parroquia, mayor será la votación de la autoridad que las está haciendo (en este caso, César Umajinga, Prefecto indígena de Cotopaxi). Según esta hipótesis, las autoridades realizan las obras para conseguir los votos y la gente entrega los votos para conseguir las obras. El gráfico siguiente

no permite observar ninguna tendencia clara asociada a la “hipótesis clientelar”. Los “puntos” son las parroquias ubicadas en el plano cartesiano que relaciona los votos entregados y las obras recibidas. *Las parroquias con mayor inversión no son las que más votan a favor del candidato de Pachakutik.* Hemos eliminado las parroquias con menos de 1500 electores porque una autoridad clientelar no solo entrega obras a las parroquias más leales sino también en donde busca lealtades útiles, es decir, en los lugares donde hay más votantes. Lo que observamos es que no existe correlación inmediatamente visible a partir de estas cifras. Una curva de tendencia lineal sirve para ratificarlo: si hubiera una correlación (que no vemos), sería negativa; es decir, mientras más se invierte en la parroquia, menos se votó por el candidato en 2004⁵.

5. No obstante, los datos deben considerarse provisionales: hay que incluir más años de presupuestos parroquiales (solo disponemos de los datos parroquiales de los años 2000 y 2003). En realidad, la gente no evalúa, al votar, las obras realizadas ese mismo año, sino todos los años del período de la autoridad.



Nota: solo las parroquias de más de 1500 electores⁶

Puede objetarse que este es un caso demasiado específico en el que los cambios están siendo impulsados por el movimiento indígena de la provincia de Cotopaxi. Puede también objetarse que las fuentes utilizadas no son apropiadas

para captar el fenómeno clientelar, para el cual se necesita mayor información etnográfica. Además, una elección particular puede haber estado influenciada por muchas vicisitudes locales y no solamente por la provisión de obras públi-

6 Para la identificación parroquial de las obras públicas de los años 2000 y 2003 en Cotopaxi contamos con la colaboración de José Egas y los funcionarios de UGESA y de la Dirección de Obras Públicas del HCPC. Un agradecimiento especial a todos ellos. En la compilación de la información presupuestaria, fue fundamental el trabajo de Vinueza y Miranda (2005). Los datos presentados aquí fueron discutidos en un trabajo anterior (Ospina et al 2006: 115-7 y 82-90).

cas. Todas estas objeciones, y otras más, pueden ser justas⁷. Sin embargo, el punto que quiero dejar establecido es que si aceptamos por un momento que los datos presentados en el gráfico expresan *algo significativo* de la dinámica del clientelismo, solo tenemos dos interpretaciones posibles. La primera es que las autoridades de Pachakutik no entregaron las obras con fines clientelares o electorales, por lo cual la correlación entre votos y obras no tiene razón alguna de verificarse. Pachakutik ganó y buscó sus votos de *otra forma*. La segunda es que tal vez las autoridades locales sí intentaron (al menos parcialmente) el canje de obras por votos pero que dicho canje no funcionó. Los votantes no entregaron su lealtad electoral como retribución a las obras recibidas. Por lo menos no lo hicieron de forma mecánica y masiva. El resto del artículo puede ser entendido como una exploración de esta segunda interpretación posible.

Diversos testimonios etnográficos y entrevistas realizadas en Cotopaxi a las mismas autoridades y dirigentes indígenas muestran que existe una plena con-

ciencia de la presión local por pequeñas obras que pueden ser calificadas de insignificantes desde el punto de vista de un proceso de desarrollo económico y social estable (canchas, casas comunales, etc.) pero a las cuales las autoridades electas deben responder si quieren sostenerse en el puesto. Recojo un testimonio directo al respecto entre muchos de los que tengo a disposición:

El Prefecto dice bueno ya no voy a dar casas comunales, vamos a hacer de acuerdo al Plan, el Plan no dice falta casas comunales, el plan dice falta aulas escolares, entonces qué hace la gente. Dice yo voté por usted compañero no ve que yo hasta le recibí en la comuna hasta le brindé comida y usted no quiere darme la casa comunal. Qué tiene que hacer el Prefecto independientemente de cumplir con el Plan Provincial que establece que la educación, que la vialidad, que la forestación, que el medio ambiente son ejes principales: él tiene que tener un rubro para conformar a la gente que todavía sigue pensando que la casa comunal es parte del desarrollo y si no cumple con eso crea un resentimiento social (L.T., Latacunga, en Corral y Corral 2005)⁸

7 Recordemos, de paso, que el Prefecto de Cotopaxi, César Umajinga, ganó las elecciones de 2004 abrumadoramente, con una votación inigualada en la historia electoral reciente. Su primera gestión fue bastante exitosa desde el punto de vista de consolidar el poder político del movimiento indígena provincial, lo cual hace más significativo el análisis de las razones de ese voto masivo. Un voto que, como vemos, no parece estar tan claramente vinculado a las obras públicas.

8 Las entrevistas realizadas a César Umajinga y Antonio Llumitásig (Latacunga, en Corral y Corral 2005) están llenas de ejemplos de la demanda de base por obras pequeñas e inmediatas antes que por "programas" de desarrollo. Tal vez con un exceso de optimismo, Ladislao Landa (2004: 91) piensa que esto es una expresión de la búsqueda de una "democracia social" en las comunidades, es decir, una democracia no solo de la participación sino de la redistribución.

La práctica existe y está arraigada, pero ya no funciona tan naturalmente. Para probar que algo significativo está pasando, hay otras evidencias.

Dijimos que en la literatura disponible la existencia de una relación **personal** no es considerada unánimemente como una característica distintiva del fenómeno. No obstante, al margen de los debates teóricos sobre su demarcación conceptual, varios de los testimonios que poseemos sugieren que la lealtad clientelar es mucho más estable y fuerte cuando es vivida por los clientes como una relación personal. Transcribo de mi cuaderno de campo, una de las evidencias más directas que poseo. En Galápagos todos los actores políticos y la gente de la calle recuerda a Eduardo Véliz, fulgurante figura que marcó con su sello la política local durante la turbulenta década del noventa. Empezó como militante de la Democracia Popular y terminó ligado al Partido Roldosista durante el gobierno de Abdalá Bucaram. Luego de febrero de 1997, apareció en el famoso "disco duro" de Luis Peñaranda y los juicios penales no lo han dejado volver a la vida pública de las islas hasta la fecha. Pero en Galápagos todos lo recuerdan y es unánime la apreciación de que si le permiten volver, dominará de nuevo la política local. Es imparable ¿Por qué?

Una tarde de noviembre de 2004, cuando conversaba en Puerto Villamil con F.R. sobre las obras del alcalde de Isabela, era evidente que su administración se destacaba frente a todas las anteriores por la eficiencia y cantidad de obras e iniciativas desplegadas. Espontáneamente, F.R. que conoció personal-

mente a Véliz, hizo la comparación. Ambos sabíamos que el alcalde socialcristiano gozaba de amplia popularidad y era parte de una de las familias más numerosas, antiguas y respetadas del pequeño municipio de no más de 2000 almas.

Es un buen administrador pero no es un líder [me dijo enfáticamente]. No está conversando en la calle con la gente. La ganó con obras y entregando cosas. La compró. Pero él va de su oficina a la casa, de la casa a la oficina y luego se reúne con sus amigos. Vive en su círculo. No es un líder de pueblo.

El contraste era transparente para quien tuviera antecedentes. Eduardo Véliz, por el contrario, era un manabita que conocía a todos por su nombre. Uno de sus adversarios se sorprende mientras lo admira: "Tenía una memoria prodigiosa. Se acordaba de los problemas familiares de cada uno y de todos los parientes de quienes conocía. Luego se acordaba. Nunca te olvidaba" (P.G., Puerto Villamil, 9/10/2003). Años antes hablé largamente con uno de sus más cercanos colaboradores. Según M.P. (Puerto Ayora, 10/2/2000), Eduardo Véliz jamás hablaba por menos de una hora y tenía un gran magnetismo con la comunidad. "Estaba en campaña política permanente". Cuando caminaba por la calle, tardaba tres horas en cruzar la cuadra porque todo el mundo lo paraba en la acera para contarle un problema o hablar de la política del momento. Se acordaba de todos y cuando le pedían algo, sacaba el dinero de su propio bolsillo. "Era como un padrino". En Santa Cruz vivía cada jornada como una agotadora cam-

pañá que no terminaba hasta que se acostaba por la noche. Según M.P. para descansar se iba a San Cristóbal, donde compró una casa, instaló a su familia y no actuaba de la misma forma. Nunca tuvo en San Cristóbal el apoyo masivo con que contaba en Santa Cruz. "Algunos creen que el populismo es cosa de la costa, pero aquí en Galápagos hay más inmigrantes de la sierra". "Era un Rasputín", concluía su colaborador.

Entonces, mientras el alcalde de Isabela hace obras y las hace eficientemente, con trabajo arduo y con reconocida honestidad (incluso si las hace para contentar y ganar el voto de sus vecinos), el verdadero *líder* es el que establece con sus seguidores una relación personal directa. Es decir, el que te trata como un amigo, como un compadre, como uno de tu familia. Es tu *padrino*, o sea, casi tu padre. Véliz es recordado y esperado. Su estilo audaz y su disposición no solo a la lucha sino a las relaciones personales de amistad y camaradería, devuelve a cada uno de sus interlocutores la condición de persona humana. Alguien que *cuenta* en una sociedad que nos distancia a unos de otros. Eduardo Véliz es ampliamente considerado un político corrupto e inescrupuloso, incluso a veces, por sus mismos seguidores. No basta hacer obras o ser honesto, hay que hacer obras, hay que trasladar bienes, pero para lograr una confianza estable en el dirigente del

momento, la confianza personal es crucial. El modelo subyacente es el de la familia, con sus lealtades duraderas a pesar de los conflictos pasajeros o de las antipatías inevitables⁹.

Si eliminamos el trato personalizado de la definición de las relaciones clientelares, perdemos de vista algo que no pasa desapercibido para los protagonistas. Ese trato hace parte de la diferencia crucial entre la estabilidad y la inestabilidad de la lealtad clientelar. Gatilla recursos simbólicos anclados en el sentido común de lo que "deben ser" las relaciones estables y las lealtades verdaderas. Confronta el vacío humano de una sociedad que se resiste a los mecanismos impersonales de toma de decisiones y de aceptación de los dirigentes.

Este aspecto de una relación *personal* que resiste ante el trato impersonal que pretende imponerse en la sociedad moderna es algo que subyace a la persistencia del clientelismo y está muy bien ilustrado en el caso de los migrantes indígenas de Shamanga, en Chimborazo, que trabajaban en el ingenio azucarero San Carlos a inicios de los años ochenta¹⁰. Durante la primera fase de su trabajo en el ingenio, los indígenas de Shamanga establecieron relaciones clientelares con los mayordomos, que tenían la potestad de seleccionar al personal. Los shamangueños lograron, mediante esas relaciones de clientela, conseguir enganchar a parientes y mantener

9 Una comparación similar hizo E.G. en Puerto Baquerizo (6/11/2004) cuando trataba de explicar la reciente derrota del alcalde socialcristiano de Santa Cruz: "Igual que Bucheli en Santa Cruz. Se relacionó con la gente de abajo mientras Cucho Ortiz hizo mucha obra, pero no tenía relación con los pobres, no hablaba con ellos, no tenía llegada".

10 Tomo el ejemplo etnográfico de la magnífica obra de Carola Lenz (1997 [1988]: 146-54)

flexibilidad en sus obligaciones laborales (básicamente podían arreglar “reemplazos” cada vez que necesitaban volver a la comunidad y se arreglaban con el mayordomo al que debían llevarle regalos y comprar en sus tiendas, entre otras cosas). Cuando el ingenio reemplazó a los mayordomos por administradores modernos que empezaron a crear una base de datos con horarios, cálculo de productividad y eliminaron el sistema de reemplazos, todo lo cual les servía para seleccionar a los trabajadores, los shamangeños empezaron a tener dificultades para mantener el empleo. Muchos fueron echados. Otros no soportaron el nuevo régimen y prefirieron dedicarse a la venta en la calle. Otros, en fin, lograron mantener el empleo, sometiéndose a la nueva disciplina con tal de preservar la seguridad del salario.

Las “palancas” con mayordomos, dueños de restaurantes, arrendadores, mayoristas y clientes fijos son desiguales y casi nunca se convierten en relaciones de confianza, pero funcionan básicamente en el marco de las relaciones de reciprocidad de la sierra. Si la importancia otorgada al dinero refleja una cierta adaptación a las estructuras e idiosincrasia de la economía de mercado, el peso de las relaciones clientelistas indica que las pautas de acción y valores propios se mantienen como estrategias opuestas a la monetarización total de la subsistencia cotidiana fuera de la comunidad (Lenz 1997 [1988]: 178-9)

A pesar de su carácter asimétrico, el clientelismo personalista fue al mismo tiempo una manera por la que los trabajadores shamangeños intentaron imponer sus propios intereses (*Ibid.*: 147).

Cuando la estrategia clientelista individual empezó a tambalear por la nueva política laboral de la empresa, ésta fue progresivamente reemplazada por formas sindicales, colectivas, de defensa de esos mismos intereses (*Ibid.*: 150). Juega aquí el peso de la tradición de la historia agraria de la sierra, de las relaciones patrón – cliente en las haciendas y en los pequeños pueblos.

Entonces, las obras no bastan. Hace falta una relación personal. ¿Por qué? ¿Qué papel juega la relación personal en la eficacia del clientelismo? Usemos por un instante a Pierre Bourdieu y su análisis del don:

Se posee para dar. Pero también se posee al dar. El don que no es restituido puede convertirse en una deuda, una obligación duradera; y el único poder reconocido, el conocimiento, la fidelidad personal o el prestigio, es el que uno se asegura cuando da (...) El “modo de dar”, manera, forma, es lo que separa el don del toma y daca, a la obligación moral de la obligación económica; guardar las formas es hacer de la manera de actuar y de las formas exteriores de la acción, la negación práctica del contenido de la acción y de la violencia potencial que puede encubrir (...): puesto que la dominación solo puede ejercerse bajo su forma elemental, es decir, de persona a persona, no puede realizarse abiertamente y debe disimularse bajo el velo de las relaciones encantadas de las que aquellas entre parientes ofrecen el modelo oficial (Bourdieu 1991 [1980]: 212)

Así como el mecanismo del “don” necesita la distancia temporal y espacial entre el momento de “dar” y el momento de “devolver” para ocultar la verdad

cruda del intercambio material, los favores clientelares también se ocultan ante los participantes bajo el velo de la generosidad personal del patrón. Los parentescos entre el don y el clientelismo son tan directos como los que existen entre la interpretación de Bourdieu y la de Auyero. Este último puede servirnos de contrapunto porque es de los pocos estudios etnográficos interesados en las **creencias** de los clientes. El traslado de cosas (bienes y servicios) por votos es relativamente conocido, así como las redes que lo hacen posible: el “puntero” y sus intermediarios, su círculo íntimo y su círculo exterior. Pero lo que no es conocido es el conjunto de ideas, pensamientos, comprensiones de la relación clientelar que acompaña a las cosas y a los bienes. Esa circulación de ideas del cliente es poco conocida y está en la base de la adhesión y la persistencia de la relación de dominación política. En palabras de Auyero: “Esas creencias son tan importantes como las cosas mismas porque, en realidad, funcionan ocultando la verdad de este sistema de dominación política” (2004: 31).

Los que participan en las redes rechazan la idea de que hay un intercambio de cosas por votos: “La gente que recibe cosas **sabe** que tiene que ir [al acto, a la marcha]; es parte de un universo en el que los favores cotidianos implican alguna devolución como una regla de juego, como algo que se da por descontado, como un mandato que existe en estado práctico” (Auyero 2004: 47). Los punteros o mediadores no son políticos inescrupulosos. Son gente buena, que ayuda, que se sacrifica, con quienes los clientes tienen una relación personal.

El acuerdo más importante que se puede detectar entre quienes tienen una opinión positiva de “sus referentes” es que ellos son vistos como personalmente responsables por la distribución de bienes. La institución que confiere una pensión, ofrece un trabajo, da una medicina o una bolsa de alimentos no es el Estado nacional, provincial o local, sino que son Juancito o Matilde. Ellos son los que “verdaderamente se preocupan”, que sienten algo por ellos, que son sus amigos y que – como buenos amigos – están siempre accesibles y dispuestos a ayudar. Cientos de páginas de transcripciones de entrevistas y de notas de campo testimonian un hecho simple aunque fundamental: el Estado no es percibido como el agente distribuidor de bienes, sino que son Matilde o Juancito (Auyero 2004: 55)

“Como decía un joven parte del círculo íntimo de Matilde: *La gente piensa que es obligación de ella, y no es obligación, lo hace porque ella quiere. ¿Qué obligación tiene ella? ¿Qué es? ¿Tu vieja? Se confunde mucho la gente, en una palabra. Vos le haces un favor, y parece que fuera una obligación. Y es un favor*” (Auyero 2004: 55). Un favor y un agradecimiento: es decir, la denegación colectiva de la verdad del intercambio.

Sinteticemos. El corazón del argumento es que la eficacia del clientelismo como mecanismo para conseguir la *lealtad* de los subordinados está erosionada porque se ha erosionado la confianza personal y ha sido sustituida por una relación crudamente utilitaria. Los clientes raras veces se hacen ilusiones. Ya no está encantada por el velo místico de una relación de confianza personal con el patrón. El testimonio de B.A., an-

tiguo dirigente barrial en la Lucha de los Pobres, barrio popular del sur de Quito, es ilustrativo:

(...) porque en toda organización se entran los partidos políticos, ya sea en bien o en mal. Entonces nosotros teníamos (...) que apoyar a un partido político, especialmente por el interés de adquirir las obras de infraestructura. Entonces, sí participamos políticamente (...) apoyando al partido que más podía llegar a la alcaldía para que nos dé las obras de infraestructura. También yo participé como concejal alterno para la Democracia Popular (...). No me convencieron, si no que yo... a ver... en el momento que vinieron a hablar conmigo yo pensé en la necesidad de la obra. Yo pensé en eso más que en ganar, porque yo sabía más o menos cómo es el comportamiento de los partidos (...). En ese entonces era el agua potable, me acuerdo (...). Y ahí yo les puse una condición, que si hasta tal fecha no nos daban las acometidas, nosotros como organización cambiábamos de decisión política. Me acuerdo el Jamil fue ahí. Entonces, enseguida, faltaba un mes ahí sí vinieron las acometidas, pero full!, las acometidas individuales. Entonces uno también, como ve usted, a mí no me interesaba el partido como tal, sino me interesaba las obras para la comunidad¹¹

El intercambio desnudo, despojado de toda lealtad personal, carente de to-

do sentimiento de pertenencia, liberado de la menor sombra de una ilusión. ¿Por qué ha ocurrido esto? ¿Por qué ha ocurrido de forma generalizada?

Redes

Hasta aquí los argumentos parecen referirse a un cambio desde las relaciones personales y paternalistas de las "sociedades tradicionales" hacia relaciones de dominación propias de sociedades "modernas y de masas". Es como si al pasar desde los pequeños pueblos y las haciendas hasta las grandes ciudades necesariamente se perdiera una parte de la relación personal e incluso se perdiera la intensidad del lazo de confianza¹². Pero esto no es necesariamente cierto porque, por ejemplo, Xavier Auyero en su estudio del gran Buenos Aires, señala como el clientelismo moderno se dio modos para mantener la relación entre patrones y clientes en el plano personal. El principal de esos modos fue el sostenimiento de una serie de redes de **mediadores**. De hecho, para Auyero (2004: 61-2) lo esencial del clientelismo peronista no reside en conseguir mediante el mecanismo de las entregas desinstitucionalizadas de bienes y servicios, la gran masa de votos que se requiere en las elecciones, sino *constituir una militancia estable* para las fracciones en

11 Entrevista realizada por Nancy Carrión, Quito, agosto de 2005.

12 "En los tradicionales pueblos aislados, con pocas redes gubernamentales o de mercado, ligadas a relaciones patrón-cliente, en las que el patrón es externo (outside), éstas tienden a ser perdurables, extensivas e intensas. En un contexto de poblados más integrados y diferenciados, estas relaciones patrón-cliente tienden a ser periódicas, específicamente definidas, de intereses específicos y casuales. (Duncan Powel 1970: 413) (cfr. Traducción Ecuador Debate)

pugna dentro del partido. Esa militancia, los punteros peronistas, o los **brokers** italianos del Partido Demócrata Cristiano de Italia, se convierte en el mediador que garantiza la relación cara a cara en los distintos nodos de la red clientelar (cfr. Caciagli 1996: 20 y 30-2).

Esas redes de mediadores existieron en el Ecuador y todavía existen parcialmente pero se han vuelto extremadamente inestables. A mi juicio, la política municipal en Quito perdió la última gran red relativamente estable de mediadores barriales que servían para el clientelismo local con la crisis de la Democracia Popular desde fines de los años 1990. Esa capacidad hoy perdida tuvo que ver con la habilidad de este partido para vincular a la red no solo a "punteros" de las dirigencias barriales, sino fundamentalmente a importantes sectores de una Iglesia católica "desarrollista" o asistencialista que canalizaba obras parroquiales y de interés barrial gracias a los contactos político - religiosos que mantenía la arquidiócesis. La DP quiteña no hacía sino seguir los pasos clericales que su modelo italiano inventó en el *mezzogiorno*.

Pero más allá de la casuística específica de Quito, existe un factor general de presión del contexto que, aunque actúa desigualmente a nivel nacional, milita en contra de la estabilidad de las redes de mediadores clientelares, fundamento social básico del mantenimiento de la relación personal que subyace a esta técnica paternalista de dominación. Se trata de que uno de los aspectos cruciales del clientelismo clásico es que proliferó **en períodos de expansión del aparato estatal**. Esto permitió a los nue-

vos patrones manejar con alegre generosidad el empleo público. Más que cualquier otro bien, el empleo fue la herramienta fundamental para garantizar lealtades estables (Moreno Luzón 1999: 82). Si algún factor de erosión del clientelismo se produce desde la arena del modelo económico liberal dominante es precisamente la introducción de severas restricciones a la ampliación y a la libre remoción en el empleo público. En otras palabras, la extensión del neoliberalismo, sus restricciones al crecimiento del Estado y sus presiones tecnocráticas para la asignación de recursos, ha minado una de las principales herramientas usadas históricamente para la creación de las redes de mediadores.

Este es un factor crucial de cambio en el seno mismo del clientelismo **moderno** del Ecuador. Lo usó Velasco Ibarra y lo heredó Asaad Bucaram en el Guayaquil de mediados de siglo. El testimonio de Carlos Ricaurte (en Castillo et al 2005) es ilustrativo de un sistema de redes más amplio:

Una vez aquí me metí a la política porque eran en ese entonces las elecciones de Velasco Ibarra y había un velasquista aquí y conversó conmigo y me pidió que haga un Comité Político en el lugar de los arroyos, en la parte alta (...). Trabajé apoyándolo para que sea diputado pero perdimos las elecciones (...). Entonces, en vista del apoyo que le di, me dijo que yo no sacaba nada aquí, que no tengo ninguna aspiración, que mejor me vaya con él al continente. Me dijo que aunque había perdido la diputación, se iba a un buen puesto a Guayaquil, en la aduana. (...) Me fui a buscarlo, me recibió y me hizo colocar como inspector del municipio (...) en el año

1970 (...). El segundo año cambió la política. Cayó Velasco Ibarra, se hizo dictador, después lo sacaron y ahí caí yo también. Cayó el alcalde de ese partido político y caí yo también. De todas maneras me quedé trabajando en el Municipio como ayudante barrendero. Después ascendí. En dos años hice curso de chofer profesional y me quedé. Durante todo este tiempo que estuve en Guayaquil aprendí mucho, muchas cosas porque ya tienes roce con nueva gente, con nuevas ideas. Así, desde que llegué del continente, de Guayaquil, pasé toda mi vida de dirigente, dirigente barrial, dirigente político, dirigente sindical. Estuve con el partido CFP cuando lideraba el finado Asaad Bucaram. Me gustaba la manera como a él le gustaba apoyar a la gente humilde, al pueblo.

Su vida sufrió un vuelco: hasta hoy sigue siendo un dirigente gremial importante que se hizo adulto en contacto con esas redes y esa decisión de salir a trabajar a Guayaquil. Esas redes clientelares del CFP serían luego parcialmente heredadas y transformadas por el PRE, en el Guayaquil de la transición capitalista y de la modernización. La red de punteros o mediadores clientelares, de la cual el cefepismo ofreció el modelo más acabado, se conoció popularmente en el país como el *piponazgo*.

Hay varios contextos locales en los cuales el empleo público todavía tiene una significación importante para reforzar lealtades políticas. En la provincia de Galápagos, la población es muy pequeña y la asignación de los puestos de libre remoción puede llegar a significar una cantidad apreciable de la población de profesionales estables de las Islas (Ospina 2006a: cap 4). Esta importancia

es particularmente aguda en el caso de San Cristóbal, isla de alrededor de 6000 habitantes donde conviven más de 40 instituciones públicas. No solo eso, sino que el rápido crecimiento económico local todavía implica un cierto aumento del número de instituciones y de la cantidad de empleados. El ejemplo más notable es el del Parque Nacional Galápagos, que luego de la aprobación de la Ley Especial pasó de 80 empleados en 1998 a casi 350 en 2004. La práctica política partidaria es heredera de este factor crucial. Según uno de sus rivales, el gran acierto del Partido Social Cristiano en el San Cristóbal de 2004 había sido su control del Tribunal Provincial Electoral mediante el cual rotaban la contratación de jóvenes para tareas de digitación y registro. Poco tiempo, apenas uno o dos meses, pero lograban un reparto de trabajos temporales que beneficiaba a muchas familias ligadas a sus redes (E.G., Puerto Baquerizo, 6/11/2004).

Un ejemplo concreto (Puerto Baquerizo, 6/11/2004). G.U. Llegó a San Cristóbal desde Balzar en 1992. Su familia se dedicaba al comercio de lechumbres y de frutas. Empezó como albañil, mesero y portero en una discoteca. Ahora tiene un pequeño negocio en una de las calles más céntricas y turísticas del pueblo. Se lo considera una persona amable y trabajadora que destaca por la constancia de su trabajo. A diferencia de sus competidores, G.U. abría su negocio siempre desde muy temprano, incluso los domingos. Casi nadie era capaz de imitar su ejemplo en un pequeño pueblo acostumbrado al ritmo burocrático del empleo estatal. Era una

persona querida y amistosa a quien coqueteaban todos los partidos. En las elecciones de 2002 apoyó al político local que terminó venciendo en las elecciones de diputados y controlando, luego de una agria disputa, la mayor parte de las instituciones provinciales. Pero su experiencia personal fue mala: estaba decepcionado de ese apoyo que se había revelado sin beneficio de inventario. Curioso de su decepción, le pregunté qué hubiera esperado. "Un puesto para mi hijo, que ya es grande, que es una carga y que tiene un muchachito pequeño. El diputado puso a toda su familia pero a mí me olvidó". G.U. decidiría luego correr por su propia cuenta. Varios testimonios coinciden: la entrega de cargos públicos es la forma de hacer política en San Cristóbal.

En Galápagos las redes clientelares, inextricablemente unidas a las parentelas, muestran todavía un funcionamiento parecido a como pudieron haber funcionado en todo el país en tiempos de mayor discrecionalidad en el manejo del empleo público. La vitalidad de las redes y el control que los caciques locales todavía pueden ejercer de manera relativamente estable sobre la sociedad y la política regional es, tal vez, mayor que en el resto del país. Por supuesto, es perfectamente posible encontrar en muchas localidades caciques presumiblemente clientelares con largos años de hegemonía política. Muchas regiones pueden conservar una verdadera "vitalidad velasquista" en su fidelidad a las redes paternas. Aunque no conozco las

circunstancias específicas, y por tanto no lo puedo afirmar con seguridad, no me extrañaría que sea el caso de la provincia de Los Ríos o del municipio de Chone. Pero hay un factor estructural adicional de dimensiones nacionales que atenta contra la estabilidad del sistema.

Conflictos

En Ecuador no tenemos suficiente información histórica para valorar la profundidad de los cambios en el funcionamiento de las prácticas clientelares que configuran su "crisis" actual. Sabemos apenas que en el marco de la política y la sociedad de la hacienda andina, las relaciones entre patrones y clientes eran una variante de formas aún más antiguas de reciprocidad desigual. Sabemos también que el cambio crítico consistió en que mientras las haciendas hacían la distribución de bienes con recursos que pertenecían al patrimonio personal o familiar del hacendado, los nuevos patrones manejaban ante todo los fondos estatales y, sobre todo, dejaban de expresar un monopolio regional incontestado. Los nuevos patrones operan en medio de una gran competencia de patrones rivales que en ocasiones, pero no siempre, puede aumentar el poder de negociación de los clientes¹³. La falta de estudios monográficos sobre el período crítico de este cambio nos impide caracterizar con mayor precisión la estabilidad y la eficacia del sistema así como las formas específicas que adoptó

13 No siempre, como lo recuerda, Duncan Powell (1970: 416 nota 26).

la organización estatal bajo la presión de esta transformación¹⁴.

La multiplicidad de "patrones" podría, pues, considerarse consustancial al traspaso del clientelismo desde los pequeños pueblos a las sociedades modernas y urbanas (Landa 2004, Caciagli 1996: 22). Pero la tesis que defiende es que en las circunstancias actuales, esa multiplicidad se ha convertido en conflicto y competencia exacerbada. Entonces, aunque puedan existir (y de hecho existen) localidades en las cuales los patrones mantienen de forma relativamente estable su ascendiente sobre sus clientes, su capacidad de articularse con otros patrones locales en redes verticales más poderosas a nivel regional o nacional se encuentra seriamente comprometida.

El punto de partida de la agudización del conflicto es que las clases dirigentes del Ecuador están viviendo desde 1992 un agotamiento de sus mecanismos de transacción tradicionales. Se han agudizado sus conflictos internos, sus disputas, sus dificultades para encontrar acuerdos aceptables. Todo hace suponer que el recrudescimiento de las

disputas tiene que ver con el cambio del modelo económico. La privatización progresiva del petróleo (iniciada precisamente a partir de 1992) agudiza los conflictos sobre los contratos y las concesiones. Las rentas petroleras no pueden ser dejadas en mano de dirigentes serranos, cuando los exportadores costños se quedaron sin los recursos adicionales que la devaluación permitía generar. Esto alienta el crecimiento de las disputas sobre el presupuesto del Estado y el control de instituciones estatales clave. Además, la pugna entre banqueros ha sido una constante en los últimos diez años: el Banco Pichincha contra los dueños de Filanbanco y sus empresas es el más notable. El prebendalismo respecto a los fondos estatales se agudiza precisamente cuando crecen las presiones de organismos internacionales, con todo su aparato tecnocrático, para cambiar las reglas de juego en la asignación de los recursos estatales. La rapiña es una respuesta frecuente en los sistemas moribundos.

Lo que existe en la actualidad es una eclosión de ofertas de bienes, favores y servicios. Ya no hay un patrón, sino de-

14 Este es un llamado a analizar nuevamente el velasquismo pero ahora menos desde las cualidades carismáticas del líder cuanto de su capacidad para crear redes clientelares basadas en su presencia personal. Tal vez incluso desde esta perspectiva se puede reinterpretar el papel de las campañas electorales basadas en la visita personal del candidato a todas las provincias, no tanto como la inauguración de la técnica de "la tarima", es decir, del discurso inflamado para agitar a las masas, sino como una forma de acercar el estado central a la gente para quien esa autoridad; hasta entonces, no tenía rostro humano. Velasco Ibarra se preocupó por saludar a sus votantes, por acercarse a donde vivían, por dejarse ver, tocar y oír de viva voz. Más que encandilar al oyente de sus discursos, tal vez Velasco supo interpretar la necesidad del contacto personal con sectores sociales que perdían la seguridad de las relaciones paternalistas del cara a cara en medio de las cuales habían crecido.

cenos de patrones que se **disputan** las lealtades políticas y sociales de los sectores marginados. Los clientes pueden escoger (y de hecho escogen) entre patrones no solo rivales sino enfrentados entre sí y el mecanismo de control pierde la eficacia del pasado. La proliferación de patrones ha llevado a una competencia muy grande de lealtades cambiantes y frágiles. La entrega de bienes a cambio de lealtad sigue existiendo, pero no logra soldar relaciones personales estables. Ninguna institución o patrón controla una red suficiente de intermediarios locales de manera constante. Y cuando lo logra, rápidamente se ve desafiado por rivales buscando lo mismo.

Este constante desplazamiento de las lealtades lleva a una inestabilidad general que afecta todo el sistema político. Algunos patrones logran mantener lealtades regionales más o menos duraderas (por ejemplo, Abdalá Bucaram), pero sufren la creciente competencia de otros patrones con tácticas similares (por ejemplo, Alvaro Noboa y, más recientemente, Lucio Gutiérrez) o dependen demasiado crucialmente del control de instituciones estatales para mantenerlas y acrecentarlas por la inflación del coste de las entregas que provoca la competencia recrudescida.

¿Crisis?

En el sur de Quito, cada vez que converso sobre política con vendedoras ambulantes o con lavanderas que arrancan cada centavo al día, aparece la misma rabia contenida. Todos los políticos son iguales; mentirosos y corruptos. Precisamente porque todos son iguales,

porque ninguna diferencia discernible aparece en el horizonte diario de su limitada atención a la escena de la política pública, pueden entregar el voto a cualquiera por cualquier razón secundaria. El voto no cuesta nada y no sirve para escoger entre opciones significativamente distintas. Por eso, precisamente por eso, se lo puede vender barato. Los clientes pobres de las regiones marginales de una sociedad excluyente no se tragan las mentiras escandalosas de Alvaro Noboa. No le creen. Ocurre simplemente que entregar el voto por el magnate es percibido como exactamente igual que entregarlo por su oponente: cualquiera sea el resultado, la desconfianza y la incredulidad es el resultado lógico de frustraciones repetidas y constantes. No hay que confundir esa entrega desencantada y volátil del **voto** con la **lealtad** que las relaciones clientelares siempre han buscado conseguir.

Pero los contornos de la crisis del clientelismo, tal como los he descrito, no suponen un cambio en las expectativas sociales. Todo parece indicar que los pobres siguen ajustando sus expectativas respecto a lo que la política les puede ofrecer según lo que puedan obtener de las redes clientelares. Siguen demandando bienes y servicios muy específicos y concretos en sus transacciones políticas. Opinan que es lo único razonable que pueden lograr. Se puede decir, entonces, que la "crisis" que he descrito afecta al modo de funcionamiento del sistema pero no a los supuestos morales y sociales de su existencia. Es como si para los oprimidos, los opresores hubieran roto un pacto social de reciprocidad. Pero no cuestionan la

idea del pacto mismo¹⁵. Están inscritos todavía en la lógica consensual del intercambio y no en la lógica conflictual de las asociaciones ideológicas¹⁶.

Ese límite a la "crisis" del clientelismo es perfectamente explicable. Las condiciones sociales subyacentes que lo permiten se mantienen imperturbables ¿Cuáles son? Insisto en tres, que surgen de la literatura y que parecen muy bien adaptadas al Ecuador de inicios del nuevo siglo.

Dos condiciones básicas: por un lado, una sociedad marcada por la debilidad de los grupos organizados, en la que solo una minoría sea capaz de acceder a los bienes que la mayoría necesita, y amplios sectores de la población busquen protección contra la inseguridad que esto produce; y, por otro, un sistema de valores que subraye el particularismo de las relaciones sociales por encima de criterios universalistas de reparto público (Moreno Luzón 1999: 88; cfr. también Caciagli 1996: 19)

La extrema "indefensión" de los pobres y la gran desigualdad en el acceso a los bienes necesarios para su vida. Pero además, para que la entrega de bienes materiales o de servicios pueda recibir cierta contrapartida de lealtad, debe haber alguna matriz cultural preestablecida que entienda esa práctica como "normal" y la distingue, por ejemplo, del acceso a un *derecho* social básico y universal. Los bienes que el pobre recibe, para que generen sentimientos de gratitud y lealtad, no pueden ser, por ejem-

plo, un derecho social cuya provisión es la *obligación* de una institución determinada sino un acto de generosidad individual de una persona particular.

Pero hay más: para los actores no existen perspectivas alternativas. Cuando se presentan, parecen ilusorias y precarias. La convicción generalizada se expresa en la frase "así marcha el mundo, siempre marchó así" (...) el fatalismo (Caciagli 1996: 48)

La ausencia de alternativas es el gran éxito y la gran fortaleza del nuevo orden de dominación en el que vivimos. Los intentos neocorporativos de las experiencias más exitosas ligadas al movimiento indígena ecuatoriano no han logrado constituirse como un horizonte viable más allá de algunas experiencias marginales (Ospina et al 2006).

Esa es la doble faz de la crisis del clientelismo en el Ecuador. Por un lado se mantienen las condiciones estructurales que lo hacen persistente. Por otro, las fisuras del modo de dominación que he intentado develar no son desdeñables. Aunque la entrega del voto sigue haciéndose por lógicas clientelares, los pobres no entregan con igual facilidad su lealtad estable y su confianza verdadera. La situación es volátil precisamente porque la desconfianza es generalizada. El conflicto en las alturas del poder se trasladó al llano y perdieron consistencia los mecanismos por los cuales el control político tradicional podía llegar a tener un rostro humano y familiar aceptable.

15 Tomo la idea de Barrington Moore (1978: 84).

16 Luigi Graziano, citado por Caciagli (1996: 28-9).

Bibliografía

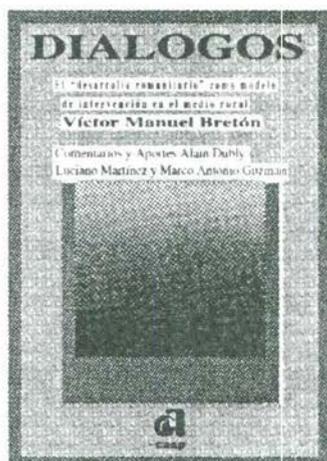
- Auyero, Javier
2001 [1997] *"La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo"*. Buenos Aires: Manantial. Cuadernos argentinos.
- Auyero, Javier
2004 *"Clientelismo político. Las caras ocultas"*. Buenos Aires: Capital intelectual. Colección Claves Para Todos.
- Bourdieu, Pierre
1991 [1980] *"El sentido práctico"*. A. Pazos (trad.). Madrid: Taurus ediciones.
- Bustamante, Fernando.
1999 "Política. Los polos de la crisis: su racionalidad y horizonte". En *Ecuador Debate*. No. 47. Quito: CAAP. Agosto.
- Caciagli, Mario
1996 *"Clientelismo, corrupción y criminalidad organizada. Evidencias empíricas y propuestas teóricas a partir de los casos italianos"*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales. Cuadernos y Debates 60.
- Castillo, Blanca, Carmen Herrera, Hermel Jarrín, Carlos Ricaurte, Rosa Serrano y Segundo Serrano
2005 *"Desde las islas encantadas. Historias de vida de colonos en Galápagos"*. P. Ospina (Compilador). Quito: Corporación Editora Nacional – Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Corral, Jorge y Luis Corral
2005 "Desarrollo Local Humano Sustentable: una deconstrucción crítica de su concepto: alcances de las propuestas y prácticas de los gobiernos locales indígenas de Saquisilí (1996-2004) y Cotopaxi (2000-2004)". Quito. Documento preparado para Heifer – Ecuador. Inédito.
- Duncan Powel, John
1970 Peasant society and clientelist politics. En *American Political Science Review*. Vol. 64, No. 2. Junio.
- Guerrero Burgos, Rafael
1994 *"Regionalismo y democracia social en los orígenes del CFP"*. Quito: CAAP, Diálogos.
- Landa, Ladislao
2004. *"Waqamuwanku haykumuyku. Nos llaman y entramos. Los modos de participación en el espacio rural: Cusco y Apurímac"*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos. Estudios de la sociedad rural, 27.
- Lentz, Carola
1997 [1988] *"Migración e identidad étnica. La transformación histórica de una comunidad indígena de la sierra ecuatoriana"*. Postfacio A. Guerrero. B. Pedersen (trad.). Quito: Abya – Yala.
- Maignushca, Juan y Liisa North
1991 Orígenes y significado del velasquismo: lucha de clases y participación política en el Ecuador, 1920 – 1972. En R. Quintero (ed.). *"La cuestión regional y el poder"*. Quito: Corporación Editora Nacional / FLACSO / CERLAC. Biblioteca de Ciencias Sociales 29.
- Menéndez – Carrión, Amparo
1986 *"La conquista del voto: de Velasco a Roldós"*. Quito: FLACSO – Corporación Editora Nacional.
- Moreno Luzón, Javier
1999 El clientelismo político: historia de un concepto multidisciplinar. En *Revista de Estudios Políticos*. No. 105. Julio – septiembre. Madrid.
- Montoya, Gustavo
2002 *"La independencia del Perú y el fantasma de la revolución"*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos – Instituto Francés de Estudios Andinos. Colección mínima 53.
- Ospina, Pablo (coord.)
2006 *"En las fisuras del poder. Movimiento indígena, cambio social y gobiernos locales."* Quito: Instituto de Estudios Ecuatorianos.
- Ospina, Pablo
2006a. *"Galápagos, naturaleza y sociedad. Actores sociales y conflictos ambientales en Galápagos"*. Quito: Corporación Editora Nacional / Universidad Andina Simón Bolívar. Biblioteca de Ciencias Sociales 55.
- Vinueza, Amanda y Patricia Miranda
2005 "La transición hacia un gobierno alternativo con énfasis en la aplicación de los objetivos del Plan de Desarrollo Participativo de Cotopaxi (1996 – 2004)". Monografía final para el sistema de capacitación en el manejo de los recursos renovables, Consorcio CAMAREN. Latacunga y Quito: IEE. Inédito. Diciembre.

EL "DESARROLLO COMUNITARIO" Como modelo de intervención en el medio rural

Víctor Bretón

Comentarios:

Alain Dubly, Luciano Martínez, Marco Antonio Guzmán.



La historia de la relación Estado-Comunidades siempre será incompleta sino introducimos la acción de la Misión Andina en Ecuador, en un contexto en el que se incian complejos cambios en América Latina en la búsqueda de una modernización agraria nunca acabada, y en el que se presentan intensas movilizaciones campesinas hacia cambiar la injusta estructura agraria vigente.

Este es el entorno en el que se ubica el análisis de Víctor Bretón, documento central de esta publicación que cuenta con los versados comentarios de A. Dubly, uno de los más activos pensadores de la ruralidad; de L. Martínez un permanente investigador y de M.A. Guzmán, en algún momento Director Ejecutivo de la Misión Andina.