

# 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*

## Escenificaciones, redes y discursos en la segunda vuelta electoral

Carlos de la Torre\*

*Los actos de los dos candidatos articularon valores opuestos en sus escenificaciones de la política. Noboa se presentó como el buen patrón y el benefactor de los pobres. Correa contrapuso el odio al patrón de la hacienda, su imagen de hombre común y la dignidad de los pobres a la arrogancia del millonario organizando actos en que los cantos y alegría de los asistentes fueron más importantes que las palabras que se decían desde la tarima. Es interesante constatar que los significados de lo que fue y es la hacienda sigan marcando diferencias en la política ecuatoriana.*

**E**n Ecuador las caravanas motorizadas, las caminatas y los mítines políticos no han sido reemplazados por las técnicas mediáticas de la posmodernidad. Más bien lo que se observa es como técnicas y estrategias viejas para conquistar los votos han sido modernizadas y coexisten con las cámaras de televisión. Las caravanas son estrategias relativamente baratas y poco riesgosas para hacer campañas políticas, pues comparadas con los actos de masas requieren poca coordinación. Además, como lo señala Silvio Waisbord (1996), llevan la política desde los espacios sacralizados como son las plazas donde históricamente se han dado los discursos de masas a lugares cotidia-

nos donde la gente trabaja y vive. De manera similar a las procesiones de los santos los candidatos son paseados para ser observados, adorados y a veces abucheados. Es por esto que inspirándose en el menomóvil la mayoría de candidatos tienen un móvil con su nombre desde donde como en un desfile de carros alegóricos o en una procesión de los reyes magos tiran camisetas y caramelos a la gente que sale a observarlos. Las caminatas en las que los candidatos con increíble dificultad logran avanzar unas pocas cuerdas entre los abrazos y saludos evidencian que la política se basa en el contacto directo entre los candidatos y la gente común. No sólo basta con que los políticos visiten a la

---

\* Profesor Investigador de FLACSO-Ecuador. Agradezco a Miguel Alvear, Andrés Barriga y Nashira Chávez por el apoyo en la recopilación de información y a Carmen Martínez por los comentarios a este trabajo.

gente en sus barrios o ciudades apartadas y marginadas sino que también es fundamental estar cerca de ellos para tocarles, darles un beso y tomarse una foto.

Los mítines son los espacios donde los políticos locales demuestran su fortaleza al candidato presidencial tratando de organizar el acto con la concurrencia del mayor número de personas. En estos actos los caciques barriales, las diferentes organizaciones de la sociedad civil y los comités electorales escenifican su apoyo a los candidatos que entre música y discursos disertan sobre sus ofertas, fustigan a sus opositores y en ocasiones crean lazos de solidaridad entre el líder y sus seguidores. Estas estrategias de hacer campañas electorales han sido modernizadas y adaptadas a la era mediática. Ahora los candidatos graban sus actos masivos y los retransmiten, esperan a la hora de los noticieros para que sus actos salgan en los espacios de mayor rating y han incorporado pantallas de televisión en sus mítines.

Este trabajo analiza los mítines masivos, las caravanas motorizadas y las caminatas de los dos candidatos que pasaron a la segunda vuelta en las elecciones ecuatorianas del 2006. Debido a la fragmentación política -compitieron 13 aspirantes en las elecciones de octubre- es muy difícil que un candidato alcance la mayoría en la primera vuelta por lo que dos finalistas se han confrontado desde el último retorno a la democracia. Esta vez se enfrentaron Álvaro Noboa, el hombre más rico del país que trataba de llegar a la presidencia por tercera vez y que obtuvo el 26.83% de los votos en la primera vuelta. Su contrincante, Ra-

fael Correa un profesor universitario que ocupó por pocos meses la cartera de economía en el gobierno de Alfredo Palacio y que logró el 22.84% de los votos el 15 de octubre.

El estudio de las concentraciones masivas es un lugar privilegiado para analizar cómo se articulan estos aspectos estratégicos de la política, como lo son la movilización de redes clientelares y las tácticas designadas por los expertos en publicidad e imagen, con los valores culturales de la política. En los mítines se observa no únicamente los discursos de dignidades locales y de los candidatos adornados con música y otros espectáculos que buscan motivar, movilizar o entretener a quienes asisten, también se observa cómo estos eventos son organizados y el papel fundamental de las redes clientelares y de la presencia de diferentes grupos organizados que apoyan una candidatura.

El espectáculo político (Edelman 1988) se construye a través de la creación de liderazgos que buscan sintetizar diferentes símbolos de redención, continuidad, seguridad o de cambio. También se forja creando rivales o enemigos políticos que sintetizan simbólicamente los temores, miedos, celos, formas de ser y de pensar que provocan rechazo entre la población. Estos intentos de manufacturar candidatos que encarnen diferentes valores y símbolos del bien y del mal, de la continuidad y del cambio no siempre son exitosos. Para funcionar deben, por decirlo de alguna manera, sintonizar con las aspiraciones y los celos de la población en un momento dado. Es por esto que las luchas políticas tienen aspectos estratégicos en que

priman las confrontaciones entre candidatos que buscan el mayor número de votos minimizando riesgos y errores que resulten en la pérdida de apoyo. Pero estas confrontaciones estratégicas se articulan a través de símbolos, valores, lenguajes y gestualidades que dan sentido a las luchas por el poder. Estos símbolos se articulan en los mensajes mediáticos, en las intervenciones serias de los candidatos en entrevistas y debates y en los actos de masas como son las caminatas, las caravanas y los mítines.

### **Noboa: ¿el clientelismo fallido?¹**

Álvaro Noboa ha combinado el poder de su imperio económico con las redes clientelares de su partido político y con el trabajo de su fundación social Cruzada Nueva Humanidad para forjar la fuerza política más grande del país. En las elecciones del 15 de octubre del 2006 ganó la primera vuelta con el 26.83% de la votación, su Partido Renovador Institucional de Acción Nacional (PRIAN) logró el 28% de los escaños del nuevo parlamento y obtuvo el mayor número de dignidades locales (*El Comercio*, Quito, 2 de diciembre 2006, p.3; Tribunal Supremo Electoral).

Noboa se parece al neopopulista boliviano Max Fernández que forjó su partido alrededor de su empresa cervecera y de sus obras de beneficencia (Mayorga 2002). Al igual que éste Noboa mezcló el uso de símbolos religiosos con los intercambios clientelares. Pero a diferencia de Fernández que sim-

bolizaba la movilidad social de los empresarios de orígenes sociales populares y “cholos” Noboa fue el heredero de la principal fortuna del país.

Los actos de masas de Noboa repitieron un mismo guión en que el mitin político estaba acompañado de un show artístico y por la entrega de computadoras, sillas de ruedas y micro crédito para que una persona pobre se convirtiera en empresaria. Sus visitas a diferentes poblados y barrios populares fueron presididas por la presencia de los servicios de salud de la Cruzada Nueva Humanidad. En Calderón, un barrio de Quito que hasta hace unos años fue un pueblito famoso por sus artesanías de mazapán, las brigadas médicas llegaron a primeras horas de la tarde del 16 de noviembre del 2006. Se formaron largas filas ante dos escritorios al aire libre donde dos médicas escucharon las enfermedades de los pobres y sin hacerles exámenes médicos recetaron para la artritis, los procesos gripales y otras enfermedades como a 500 personas. Mientras hacían fila gente del PRIAN buscaban afiliarlos al plan de vivienda con el que Noboa ofrecía construir 300 mil casas y al partido del que se asumía hacía falta ser miembro para tener prioridad para conseguir las casas y las otras ofertas del candidato. Muchos obedecieron pero no todos se inscribieron pues no era requisito ser del PRIAN para ser atendido por las médicas.

Luego, receta en mano se acercaron al camión de la fundación para recibir sus medicinas que según el coordi-

1 Esta sección se basa en parte en los reportajes que publiqué en el periódico *Hoy*, de Quito-Ecuador el 18 de noviembre y el 23 de noviembre del 2006.

nador de las brigadas valían entre 4 y 5 dólares. Cada vez llegó más gente preguntando: "¿están regalando medicinas?" Estos actos de asistencia médica con fines políticos que fueron esporádicos en algunos lugares del país han sido constantes en otros y de esta manera si bien la presencia de la beneficencia privada del político-magnate adquirió el carácter de algo excepcional en Calderón ha sido una manera constante de buscar lealtad política en la provincia del Guayas, base electoral de Noboa.

Los intercambios de bienes y servicios como la asistencia médica a los más pobres a cambio de lealtad política difieren en cuanto a su regularidad e intensidad. En los lugares en que la Fundación Cruzada Nueva Humanidad tiene una presencia a lo largo del tiempo y en los que se han conformado redes que están en constante contacto con la beneficencia y el partido como en la provincia del Guayas las lealtades a Noboa son más sólidas. En estos lugares se han conformado núcleos duros de seguidores basados en los intercambios de lealtad a cambio de servicios que se los otorga constantemente. Las redes se basan en los contactos personales entre Noboa y sobre todo su esposa la doctora Anabella Azin con los intermediarios y caciques de las redes y a veces con los más pobres. La presencia y el contacto de la doctora Azin con los más pobres se tradujo en que fue la diputada con mayor votación en las elecciones del 15 de octubre del 2006.

Como lo ha señalado Javier Auyero (2000) las personas que están en proximidad permanente con las redes para resolver problemas que abarcan desde los contactos para conseguir un empleo

hasta medicinas y educación tienen una cosmovisión e interpretación de la realidad mediada por estos intercambios. Los políticos aparecen como personas desinteresadas que ayudan a los pobres y los pobres se ven a sí mismos como quienes han podido salir de la adversidad gracias a la generosidad desinteresada de los políticos a quienes por cariño, amistad y lealtad les deben su apoyo. Por ejemplo, la señora Marisol Ruiz que iba a recibir una silla de ruedas en Calderón y que además de tener polio está sola y a cargo de la crianza de sus dos niñas hace tiempo solicitó una silla inscribiéndose en lo que ella llamó "el bono de vivienda de Alvarito". Manifestó que "ojalá que Dios le ayude para que gane" y que "ojalá se ocupe de los sectores más vulnerables". Para ella la silla de ruedas era un regalo que demostraba la buena voluntad de Noboa a quien obviamente debía su lealtad política.

Quienes están más lejos de las redes para resolver problemas y adquieren beneficios de manera esporádica no sienten tener las mismas obligaciones de lealtad. Para muchos lo que importa es acceder a estos regalos de medicinas sin sentir la necesidad de corresponder con sus votos. Al no haber lealtades cimentadas en intercambios y favores de larga duración no hay garantías para que sus votos favorezcan al candidato que les dio un regalo. Muchos pueden obtener los servicios y votar por otro candidato o pueden buscar redes de resolución de problemas de caciques que tengan lealtades con otros políticos.

El clientelismo no es sólo una estrategia de los más pobres para obtener recursos importantes para su sobrevivencia.

cia como son las medicinas, los viveros o las sillas de ruedas. Esta estrategia es también utilizada por sectores de clase media para buscar empleos estatales o contactos para hacer negocios con el estado si su candidato gana en la contienda (Participación Ciudadana 2006). En los actos de Noboa estuvieron presentes además de personas organizadas en redes y comités barriales, empresarios y organizaciones de profesionales.

Los intercambios clientelares escenifican cosmovisiones y valores culturales. La mayor parte de analistas políticos y los organizadores de la campaña de Correa presentaron a Noboa como un millonario cínico que pretendía comprarse la presidencia a base de su chequera. Estas críticas que presentan al clientelismo como la compra de votos de los pobres por políticos inescrupulosos fueron aceptadas como válidas por sectores de clase media contrarios a Noboa. Pero estas críticas no ayudan a comprender como las personas organizadas en redes que están en constante contacto con Noboa y su partido y fundación de beneficencia entienden la política. Tampoco ayudan a entender cómo éste y su círculo interpretaron estos actos, por lo que es importante desentrañar los significados de los regalos de computadoras y sillas de ruedas en los actos de Álvaro Noboa.

Las computadoras se entregaron a escuelas populares preferiblemente aquellas que tenían muchos estudiantes. La beneficiaria en Calderón, por ejemplo, fue la escuela vespertina Bernardo de Legarda de 800 niños donde también funcionan la escuela matutina Tarqui de 800 niñas y la escuela nocturna Calderón que atiende a 150 alum-

nos. Ya que el director de la escuela Tarqui no aceptó el regalo de la computadora ésta fue ofrecida al director de la escuela Bernardo de Legarda quien manifestó en una entrevista que pese a los riesgos de que sus supervisores le tachen de cercano a Noboa no la "podía rechazar." La computadora en palabras de Noboa "elevará el nivel técnico de la educación" y según un coordinador del acto ayudará a tener "una educación futurista." Esta visión fue compartida por el director de la escuela que dijo que la computadora servirá para "modernizar la educación". Un padre de familia manifestó que era un "magnífico obsequio para los niños" y que era un incentivo para el voto por Noboa pues estos obsequios le diferencian de "otros candidatos que hablan y al final no hacen nada."

Las entregas de sillas de ruedas fueron las ocasiones más emotivas y las que causaron mayor conmoción en los actos. Gente pobre necesitada de sillas de ruedas desde temprano buscó ubicarse cerca de la tarima pues era costumbre que Noboa entregue más de una silla y que sus asistentes tomen los datos de las personas necesitadas para hacerles llegar este bien tanpreciado. Además Noboa cargó con la ayuda de su hijo o de algún político local importante a los desvalidos a quienes no sólo tocó sino que los abrazó y los bendijo culminando la entrega con la oración del Padre Nuestro, en que muchas veces el candidato Biblia en mano se arrodilló frente al beneficiario y al público. Noboa parecía imitar a los evangelistas que sanan con sus rezos. La entrega de las sillas de ruedas conmovió a señoras de clase media alta que asistieron a sus ac-



tos en Quito quienes con los ojos llenos de lágrimas hablaron sobre la bondad y el cristianismo del candidato. Otros simplemente observamos absortos como un político con Biblia en mano rezó al hacer estos regalos durante su campaña electoral. Al final la gente se apartó para dejar paso a los beneficiarios a quienes muchos les manifestaron “que Dios le bendiga”.

El intercambio de regalos fue acompañado con declaraciones de amor del candidato a los ecuatorianos. Dijo, “porque te quiero ecuatoriano, porque te quiero, quiero verte en una casa de cemento” y narró que ha “llorado con los pobres”. Su amor también se ilustró cuando con la ayuda de su hijo cargó a los inválidos hasta las sillas de ruedas. El intercambio clientelar entre el político-empresario y rey de la caridad que ofrece de todo a cambio de lealtad política explican su éxito y sus limitaciones. Noboa por varios años ha organizado un partido político basado en sus empresas y en su obra social. Los regalos del caritativo patrón buscan crear lazos de lealtad con los pobres a quienes sólo pide que a cambio de su bondad y generosidad le ayuden con su voto, voto que además según lo repitió varias veces será la clave para terminar con la miseria pues sus planes contemplan obras gigantescas que nos llevarán a la hipermodernidad.

Ya que la política se basa en el intercambio de lealtades por bienes y por cariño no asombra que todo esté mediado por símbolos religiosos. El candidato como si se tratase de un bautismo, o de la fiesta de las cosechas en la hacienda no tiene problemas de mezclar los rezos, las invocaciones a Dios y las ben-

diciones con el intercambio de regalos por lealtad y votos. Como el patrón que fue honrado con el padrino del hijo de sus empleados o el hacendado que es honrado en las fiestas en honor a las cosechas, Noboa correspondió a este honor financiado la gran fiesta de su cumpleaños el 22 de noviembre en Manta o los cierres de campaña en Guayaquil y Quito para los que contrató a grupos de reage-ton como el del puertorriqueño “Joan I, onel” y a la orquesta del famoso salsero boricua Maelo Ruiz. Como buen patrón bailó un poco, lució sus mejores galas y mantuvo la distancia y la cercanía que todo patrón guarda con sus subordinados.

Estas ceremonias buscaron reforzar los lazos de dependencia de los pobres hacia sus buenos patrones. Para el pobre, el buen patrón garantiza el cumplimiento de sus derechos ciudadanos, el acceso al empleo y la protección de la arbitrariedad de la ley. Noboa utilizó la simbología paternalista de la hacienda para ofrecer su patronazgo y su caridad a todos los pobres del Ecuador. Al sentirse como un buen patrón, como una persona que en lugar de disfrutar su fortuna se duele del dolor ajeno y da su tiempo y dinero para ayudar a los demás, a quienes también obsequia actos con músicos de fama internacional, el político se asume como el buen patrón de toda la nación. Es por esto que a él y su círculo molestó tanto las críticas de que era un cínico con una chequera gorda, pues se vio a sí mismo como una buena persona que sentía dolor por la pobreza y se sentía como el enviado que debía corregirla ya sea a través de la caridad cristiana o aún mejor desde el sillón presidencial.

Los intercambios clientelares funcionan no sólo debido a la pobreza de muchos ecuatorianos también se asientan en la falta de igualdad ante la ley. Guillermo O'Donnell (1999; 2001) ha demostrado que en la mayoría de democracias recientemente restablecidas los derechos civiles no son respetados. Además de ser pobres en un sentido económico y social los pobres también lo son en el sentido legal y viven en condiciones de inseguridad y de violencia. Debido a que sus derechos constitucionales no son respetados, dependen de los políticos y de sus redes de intermediarios para acceder a una cama en un hospital, un cupo en una escuela, a un puesto de trabajo, o a información de donde ir y a quien solicitar un favor. Los caciques barriales y quienes mueven la política de los pobres son los intermediarios entre la gente común y los políticos. Acaparan información y recursos y están conectados a redes y círculos de políticos y burócratas. El sistema funciona a través del patronazgo, las obligaciones mutuas y los regalos. A diferencia de las normas impersonales, los favores crean obligaciones personalizadas. Este sistema obliga a que los políticos cumplan y distribuyan servicios, información y tengan los contactos necesarios para que "sus" pobres y allegados tengan acceso a sus derechos. Los políticos han construido a los pobres como los habitantes virtuosos de la patria que necesitan de su protección paternalista. Los pobres tienen necesidades y el papel de los políticos es atender, proteger y cuidar a "sus" seguidores. Muchas veces los pobres utilizan estos discursos paternalistas para establecer lazos y

contratos morales con los políticos. Éstos tienen que cumplir y probar que son los verdaderos paladines y protectores de los desamparados.

Los vínculos clientelares no son sólo instrumentales. Se basan en valores como la amistad, la lealtad y sobre todo la confianza. El político confía sin ninguna garantía que sus regalos le asegurarán la lealtad y los votos de los más necesitados. Los pobres confían en que el candidato cumpla con sus promesas. Lo peor que puede ocurrir para que estos intercambios se cortocircuiten es que se de la impresión de que alguna de las partes está interesada sólo en el intercambio material, que sea poco honesta y que engañe. Es así que las revelaciones de que miles de papeletas de inscripción a los programas del PRIAN habían sido encontradas en una recicladora de basura en la ciudad de Manta causaron gran revuelo. Para los opositores de Noboa fue la oportunidad para tratar de presentarlo como un engañador y estafador. Es más éste fue uno de los mecanismos utilizados por periodistas de oposición para presentar "evidencias" de la manipulación de Noboa y de su engaño a los pobres. Los partidarios de Noboa manifestaron que las papeletas habían sido robadas y que en todo caso los datos ya estaban ingresados en las bases de datos del partido y que por lo tanto la gente no debía preocuparse. Lo fundamental para los de Noboa fue demostrar que no había engaño y que el intercambio de regalos, trabajo, obras y otros bienes a cambio de la lealtad política quedaban intactos pues su candidato ama y no utiliza a los pobres. Pero la duda quedó sembrada y muchas perso-

nas que no estaban tan cercanas a las redes de intercambio y resolución de problemas del PRIAN vieron en Noboa lo que sus opositores argumentaban: un político que como los demás engañaba a los más necesitados.

Noboa no sólo presentó la imagen del buen patrón. También se ofreció como el candidato de la modernidad capitalista que regalaba computadoras a las escuelas de niños pobres y prometía “trabajo, trabajo y trabajo” para que el país salga del subdesarrollo y a base de la competitividad mejore la productividad y los sueldos y nos convirtamos en países prósperos como Chile o España.

### **Correa entre la innovación y el continuismo<sup>2</sup>**

Rafael Correa ha tenido una carrera política meteórica. Hasta abril del 2005 fue un profesor universitario conocido fuera de sus aulas y de los espacios académicos por sus intervenciones, sobre todo radiales, en contra de la dolarización y por sus críticas al modelo neoliberal. Luego del derrocamiento de Lucio Gutiérrez en abril del 2005, en el que grupos ciudadanos demandaron desde el restablecimiento del estado de derecho hasta que se “vayan todos” los políticos, ocupó por dos meses la cartera de economía durante el gobierno de Alfredo Palacio. Fue el ministro más controversial y quien se llevó la aten-

ción de los medios por su estilo confrontacional ante los organismos internacionales y por sus intervenciones en contra del modelo neoliberal (de la Torre 2006). Luego de salir del gobierno organizó el Movimiento Alianza País en noviembre del 2005. Con una campaña en contra de los partidos políticos tradicionales a quienes tildó de partidocracia subió meteoricamente en las encuestas. Subió tanto que Correa adquirió un aire triunfalista en la primera vuelta manifestando que ganaría la contienda y se desencajó cuando el 15 de octubre del 2006 alcanzó el segundo puesto con el 22.84% de los votos.

Durante la primera vuelta su estrategia política fue neopopulista (Weyland 2004). Arremetió en contra de los partidos políticos presentando la contienda como una lucha ética y sin cuartel entre la partidocracia, fuente de todos los males, y la ciudadanía encarnada en su persona. Para dar coherencia a su propuesta anti-partidos rehusó presentar candidatos al congreso promoviendo el voto nulo. Esta estrategia resultó en el 17% de votos nulos a nivel nacional según El Mercurio de Cuenca y en que su movimiento no tenga ni un solo representante en el parlamento.<sup>3</sup>

Correa sintonizó con el rechazo de gran parte de la población a los partidos y a los políticos. Estos sentimientos se expresaron en las calles de Quito en las manifestaciones en contra de Gutiérrez

2 Esta sección se basa en parte en los reportajes que publiqué en *Hoy* el 17 y el 24 de noviembre del 2006.

3 Según los datos del Tribunal Supremo Electoral 1'401.217 personas de un electorado de 9'165.125 anulaban su voto a nivel nacional. Esto significa que anulaban el 15.29% del total de personas inscritas.

con la consigna “que se vayan todos” y en el ataque de ciudadanos en contra de los diputados el 20 de abril del 2005 en el que algunos fueron golpeados. Los sentimientos en contra de los políticos no estaban reducidos a Quito ni a una clase social. Un interesante estudio de Participación Ciudadana (2006) basado en grupos focales y entrevistas en profundidad a personas de varias clases sociales, regiones y grupos étnicos realizado en julio del 2006 evidenció que para la mayor parte de los partícipes los políticos eran los responsables de la corrupción que a su vez causaba problemas económicos como la pobreza y los trabajos indignos y mal remunerados en condiciones de precariedad laboral. La campaña de Correa inteligentemente dio forma y sentido a este rechazo y presentó la Asamblea Constituyente como la alternativa a la partidocracia y la panacea que resolvería los problemas políticos, sociales y económicos de la nación.

Correa modificó su retórica y estrategia para la segunda vuelta. Con el afán de alcanzar los votos de Gilmar Gutiérrez, hermano de Lucio que obtuvo el 17.42% de los votos entre los sectores más pobres del país, y con la intención de contrarrestar el clientelismo de Noboa presentó su plan de Socio País. Sus ofertas abarcaron programas de vivienda, incrementos al bono de pobreza, subsidios para el consumo de luz de los más pobres y micro-créditos. Los brigadistas de Alianza País recorrieron los barrios pobres de las ciudades y los sectores rurales afiliando a los programas sociales de Correa. De esta forma se contrarrestó los programas sociales de

Noboa y muchos pobres optaron por inscribirse en los programas de los dos, pues para muchos el clientelismo es como jugar a la lotería (Participación Ciudadana 2006) o como la carta que escriben los niños pobres a Santa Claus en Navidad. Pese a que las probabilidades de salir premiado sean mínimas hay que tomarse el riesgo, pues con un poco de suerte alguna de las ofertas se puede materializar en obras.

Además se intensificaron los contactos con políticos que mueven votos en varias zonas del país sobre todo en las provincias donde Correa necesitaba superar la votación de la primera vuelta. Caciques como Nicolás Iza en Guayaquil, Vicente Izurieta ex-gobernador de Manabí por Sociedad Patriótica y Luis Andrade que fue Prefecto de Manabí por la Izquierda Democrática fueron actores claves en la campaña.

En sus actos de masas Correa fue un innovador. En algunos mítines sus palabras y la participación de todos dieron la sensación de pertenecer al mismo proyecto. Con este fin luego de que el candidato manifestara una idea simple y movilizadora sus palabras fueron interrumpidas con música ya sea pregrabada o de un grupo de música protesta que fueron coreadas por el candidato y por el público. Mientras descansaba su garganta y tomaba agua, Correa no perdía la oportunidad para sonreír a las damas, abrazar a los niños, bailar y divertirse. Luego paraba la música y el candidato continuaba con su disertación que a los pocos minutos era interrumpida con la música, los gritos y el baile. Su “performance” fue efectivo, nadie se aburrió y todos se sumaron a la euforia,

juventud y alegría del candidato. Si bien como en todo acto de masas hubo muchas personas "acarreadas" por redes clientelares se notó mayor entusiasmo que en las concentraciones de su rival. Personas de clase media junto a personas de orígenes sociales más humildes cantaron las consignas de la campaña que han ido creando sentimientos de solidaridad entre los seguidores y de éstos con el líder. Éstas remarcaron el tema que Correa más destacó en la segunda vuelta: la diferencia entre una hacienda bananera y lo que él llamó una patria altiva y soberana.

En sus mítines de la segunda vuelta presentó la elección como una alternativa entre "dos proyectos de sociedad. Aquellos que consideran la patria un negocio más y que consideran que todo es mercancía. Frente a aquellos que queremos un patria altiva y soberana, con educación, salud, vivienda y dignidad." A diferencia de la primera vuelta donde utilizó la estrategia neopopulista de presentar la elección como una confrontación total entre él como la encarnación de la ciudadanía en contra de los partidos políticos, suavizó su maniqueísmo. La oligarquía fue centrada en lo que manifestó son "las chequeras corruptas" de su rival. Diferenció al pueblo de mendigos de Noboa de la "dignidad que no tiene precio" de su pueblo. Mencionó a varios grupos que conforman el pueblo que ha sufrido "una noche larga y triste" entre éstos destacó a las madres de los inmigrantes, a las mujeres, a los jóvenes, los jubilados y prometió un nuevo amanecer que surgirá gracias a su persona.

Uno de los temas que más recalcó fue el de la dignidad. Ante los regalos de

sillas de ruedas en que Noboa presentaba a las personas más desvalidas y necesitadas de la caridad del millonario contrapuso la dignidad de su candidato a la vicepresidencia Lenín Moreno quien está inmovilizado en una silla de ruedas luego de ser víctima de un asalto violento. Apeló a sus orígenes de clase media, a que su madre migró a los Estados Unidos, en resumen a que era una persona común y corriente de origen popular que gracias a su trabajo, dedicación y becas tuvo la oportunidad de estudiar postgrados en Bélgica y los Estados Unidos obteniendo un Ph.D en Economía. Es así que al igual que muchos políticos anti-oligárquicos contrapuso su historia de lucha y superación personal para demostrar su calidad de persona excepcional. Pese a ser igual a la gente común demostró ser superior a ellos, pues gracias a su dedicación y trabajo será premiado con el máximo galardón nacional, la Presidencia de la República.

El discurso de la dignidad también se evidenció en el tipo de espectáculo político. Mientras que Noboa contrató a grupos de tecnocumbia con chicas en paños menores y a grupos de regaeton que a veces usan palabras duras, machistas y que apelan a las pasiones eróticas más primitivas de los hombres, Correa presentó grupos musicales que entonaron canciones que fueron coreadas por todos para dar la sensación de ser parte del mismo proyecto político. La gente bailó y cantó en sus actos al rito del son, de la salsa, de la música protesta y de la música andina.

Si bien suavizó su retórica neopopulista en contra de la partidocracia no dejó de manifestar su ambivalencia ante la democracia liberal y su fe en la de-

mocracia de los tumultos. Dijo que la presencia masiva en las concentraciones ilustraba su triunfo y llamó a que se cuide la elección pues aseguró que ya le habían robado el triunfo en la primera vuelta. Esta descalificación de las instituciones del estado ilustra lo que probablemente será su actitud ante las normas e instituciones del estado de derecho. Esto es aceptar los procedimientos y normas que le convengan y cuestionar las que no le favorezcan apoyándose en la presencia del pueblo en las calles, en los mítines y en las marchas que como por obra de gracia demuestran no sólo su liderazgo sino que además encarnan la esencia de lo que Correa cree es la democracia.

Su núcleo duro de seguidores es de izquierda. En sus mítines siempre se escucharon consignas sobre el "avance de la espada de Bolívar" y otros gritos de la izquierda ahora bolivariana. Los jóvenes que estuvieron presentes en grandes números mezclaron los gritos del fútbol con los de la política. Gritar por Correa parece les despertó la misma emoción que la Selección de Fútbol. Destacó la participación de mujeres tanto de clase media como de sectores populares organizados.

Correa priorizó el contacto directo con sus seguidores. Por ejemplo en Portoviejo caminó entre una estación radial y el Concejo Municipal y luego la Alcaldía entre las muchedumbres que trataban de saludarlo. Se le recibió como a cantante de salsa. Las mujeres buscaron tomarse fotos y el candidato caminó con dificultad entre apretones y abrazos. Parecería que lo que más gustó a sus seguidores y a las personas pobres de las ciudades y del campo es que el

político les reconozca y se de el tiempo de estar entre ellos, de saludarlos y de tener el respeto de dirigirles unas palabras. No importó que en las concentraciones improvisadas casi no se le escuchara, tampoco que a veces su discurso sea complicado. Lo que valió es que Correa se disculpe con humildad por llegar tarde como lo hizo en Manta el 13 de noviembre del 2006 y que luego diserte en agradecimiento al público que lo esperó por varias horas y que en un calor sofocante le escuchó por casi una hora en el salón del Municipio.

El afán y trabajo de Correa para llegar a la presidencia contrastó con lo que parecía ser el poco interés de Noboa que sólo hacía una visita al día después del mediodía y que a veces dejó plantados a los líderes locales que le organizaron actos masivos para agasajarlo.

### **El Comunista versus La Boa**

La política ecuatoriana se ha basado en la construcción de los adversarios políticos como enemigos irreconciliables y en la política como una lucha maniquea entre opciones éticas. Siguiendo a Murray Edelman (1988: 67) "los enemigos se caracterizan por una serie de rasgos que los marcan como la encarnación del mal y de la inmoralidad y por lo tanto como un riesgo continuo." Es así que Noboa utilizó el anti-comunismo y el anti-chavismo para forjar la imagen de Correa como un sirviente de Cuba y Venezuela que quieren imponer modelos foráneos que han fracasado y resultado en la pobreza. Correa por su parte caracterizó a Noboa como un oligarca que explota a sus empleados, que utiliza terciarizadoras que

pagan salarios ínfimos y como La Boa que busca acaparar no sólo el poder económico sino que el estado para sus negocios personales.

Esta elección se basó en la llamada campaña sucia que a través del miedo buscó crear resistencias ante el enemigo. Noboa logró atemorizar a sectores de clase media alta y Correa no sólo a gente común y corriente sino que a grupos de empresarios que manifestaron su temor a que Noboa utilice el estado para sus negocios particulares. Esta falta de diferenciación de Noboa entre lo público y lo privado le llevó a cometer el gran error de manifestar que no hacía falta poner sus bienes en un fideicomiso si ganase la presidencia pues argumentó que no hacía falta, pues él no tiene negocios con el Estado.

La creación de enemigos que simbolizan los miedos y reparos de varios grupos sociales si bien son efectivos en movilizar y neutralizar votos tienen el riesgo de causar enfrentamientos y rivalidades profundas. Por ejemplo la caracterización de todos los políticos como parte de la "partidocracia" y como mafias corruptas parece que dificultarán el que Correa encuentre apoyos en el Congreso donde no tiene ni un representante de su movimiento para que apoyen sus tesis de llamar a una consulta popular previo paso a una Asamblea Constituyente de poderes plenos que redacte una nueva carta política que sintetice un nuevo pacto social.

## **Conclusiones**

La televisión no ha reemplazado a las formas tradicionales de hacer política. Las caminatas, las caravanas y los

mítines siguen siendo elementos esenciales en la búsqueda de votos. Estos actos demuestran que a diferencia de la creencia de que la reestructuración neoliberal ha creado masas disponibles para la movilización neopopulista (Weyland 2004), estas masas no están desorganizadas. Los actos de los dos finalistas se basaron en la organización de redes clientelares, en la presencia de asociaciones y de grupos de clase media y popular que apoyaron sus candidaturas.

Los actos de los dos candidatos articularon valores opuestos en sus escenificaciones de la política. Noboa se presentó como el buen patrón y el benefactor de los pobres. Correa contrapuso el odio al patrón de la hacienda, su imagen de hombre común y la dignidad de los pobres a la arrogancia del millonario organizando actos en que los cantos y alegría de los asistentes fueron más importantes que las palabras que se decían desde la tarima. Es interesante que los significados de lo que fue y es la hacienda sigan marcando diferencias en la política entre quienes prometen construir un país basado en el paternalismo y en la hipermodernidad de una hacienda tecnificada y quienes se opusieron a los valores de este sistema de dominación con los valores de la dignidad.

Si bien los medios no determinan quien gana una elección tienen un papel muy importante en la construcción de la política (Porto 2000). La idea de que hay una partidocracia que tiene atrapada a la sociedad ecuatoriana surgió desde las opiniones escritas en la *Revista Vistazo* y en el programa de televisión "Más allá de las noticias" del reconocido periodista Alfredo Pinoargote. Según su análisis, difundido por va-

rios medios, los políticos tradicionales sin distinción de trayectorias individuales han sido los causantes de la inestabilidad política, del secuestro de las funciones del Estado para usos privados y de la corrupción. Si bien este análisis tuvo la virtud de denunciar las prácticas prebendalistas y personalistas de algunos líderes, al juntar en un mismo saco a los muchos políticos corruptos con los que no lo son, terminó desinstitucionalizando la legitimidad democrática.

La escena política también se construyó desde las radios locales y provinciales. Por ejemplo cuando Rafael Correa visitó la provincia de Manabí algunos locutores inflaron el número de personas que asistieron a sus actos y sus interpretaciones sobre los significados de la visita del candidato influyeron en los comentarios de muchos ciudadanos que vivieron el momento político escuchando la radio.

La televisión es un medio que siempre está presente. Se graban los actos de masas, las caravanas y las caminatas para que salgan en los noticieros, para usarlos en propagandas o retransmitirlas. Los actos de masas deben coincidir con el horario de las noticias de la tarde para que salgan en vivo y en directo en los noticieros. Pero este uso de la televisión dista mucho de la construcción de los eventos y espectáculos políticos como realidades mediáticas que han reemplazado a las formas tradicionales de hacer política.

## Bibliografía

- Auyero, Javier  
2001 *Poor People's Politics*. Durham y Londres: Duke University Press.
- Edelman, Murray  
1988 *Constructing the Political Spectacle*. Chicago: The University of Chicago Press.
- De la Torre, Carlos  
2006 *Populismo, democracia, protestas y crisis políticas recurrentes en Ecuador. Europa América Latina Análisis e Informaciones N 21* Río de Janeiro: Fundación Konrad Adenauer.
- Mayorga, Fernando  
2002 *Neopopulismo y Democracia. Compadres y Padrinos en la Política Boliviana*. Cochabamba: CESU-UMSS.
- O'Donnell, Guillermo  
1999 "Poliarchies and the (Un) Rule of law in Latin America: A Partial Conclusion." En *The (Un) rule of law and the underprivileged in Latin America*. Editado por Juan Méndez, Guillermo O'Donnell y Paulo Sérgio Pinheiro. Notre Dame: University of Notre Dame Press. Pp. 303-339.
- 2001 "Reflections on Contemporary South American Democracies." *Journal of Latin American Studies* 33: 599-609.
- Participación Ciudadana  
2006 *Ecuador: ¿Democracia o Dominocracia?* Manuscrito no publicado.
- Porto, Mauro  
2000 "La crisis de confianza en la política y sus instituciones: los medios y la legitimidad de la democracia en Brasil." *América Latina Hoy*, N 25, agosto, pp. 23-33.
- Waisbord, Silvio  
1996 "Farawel to public spaces? Electoral campaigns and street spectacle in Argentina." *Studies in Latin American Popular Culture*, Vol. 15, pp. 279-299.
- Weyland, Kurt  
2004 "Clarificando un concepto cuestionado: el populismo en el estudio de la política latinoamericana." en: CAAP, eds, *Releer los Populismos*. Quito: CAAP, pp. 9-50.



## EL OFICIO DEL ANTROPOLOGO

*José Sánchez - Parga*



"Aunque un oficio no se aprende, si no es con práctica, tampoco la práctica sola es suficiente para iniciarse en un oficio como la Antropología".

El objeto teórico de esta disciplina de las Ciencias Sociales es el describir, comprender y explicar los hechos culturales desde el "otro", desde la cultura que los ha producido, entendida como diferencia, ya que el reconocimiento de esa diferencia nos identifica, nos provee de identidad, nos hace ser y nos une entre iguales y con los otros, en un permanente proceso de interculturalidad, de relación entre culturas (en plural), en tanto toda

cultura es producto de relaciones de vínculo e intercambio.

En los actuales tiempos globalizantes, de uso de conceptos y terminologías que aportan más a la confrontación y confusión que al esclarecimiento, el antropólogo está urgido a reivindicar una competencia que cada vez se la reconoce menos, en tanto sobre la cultura se opina y se dicta cátedra, desde cualquier lugar, y lo que es peor, también desde ninguno, en un mundo donde está en cuestión, según A. Touraine, si podemos vivir juntos iguales y diferentes. Tal es el oficio del Antropólogo.