

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
MAESTRIA EN CIENCIAS SOCIALES, MENCIÓN CIENCIA POLÍTICA
2000-2002**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
SOCIALES CON MENCIÓN EN CIENCIA POLÍTICA**

**EL CLIENTELISMO POLÍTICO EN EL ECUADOR:
CONFIGURACIÓN DE REDES CLIENTELARES EN COTOPAXI:
CASO: ÁLVARO NOBOA**

MARÍA BELÉN ROCHA DÍAZ

QUITO, 14 DE DICIEMBRE DE 2009

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
MAESTRIA EN CIENCIAS SOCIALES, MENCIÓN CIENCIA POLÍTICA
2000-2002**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
SOCIALES CON MENCIÓN EN CIENCIA POLÍTICA**

**EL CLIENTELISMO POLÍTICO EN EL ECUADOR:
CONFIGURACIÓN DE REDES CLIENTELARES EN COTOPAXI:
CASO: ÁLVARO NOBOA**

MARÍA BELÉN ROCHA DÍAZ

**ASESOR DE TESIS: Ph. D CARLOS DE LA TORRE
LECTORES/AS: Msc. FERNADO CARRIÓN MENA
Msc. LUIS VERDESOTO**

QUITO, 14 DE DICIEMBRE DE 2009

DEDICATORIA

A mi madre, mi mayor inspiración
y a mi padre, mi fortaleza.

AGRADECIMIENTOS

A mi maestro el Ph. D Carlos De La Torre, por sus valiosos aportes académicos.
A mis lectores, en especial al Msc. Fernando Carrión, quien ha sido un pilar importante
en el desarrollo de esta investigación.
A todas y todos quienes de una manera desinteresada contribuyeron con sus vivencias y
conocimientos, mil gracias...

ÍNDICE

Tabla de contenido

CAPÍTULO I.....	10
CLIENTELISMO POLÍTICO Y SU CONTEXTO	10
Ecuador: Un fin de siglo crítico:.....	12
Crisis económica	12
Crisis Política.....	13
Breve recorrido: Clientelismo y Democracia en el Ecuador	14
¿Lealtad o razón utilitaria? Las masas votantes	25
CAPÍTULO II.....	28
DE EMPRESARIO A POLÍTICO	28
Alvarito, el heredero: su fortuna y su inserción en el mundo de la política	33
Del PRE al PRIAN	33
Mis amigos los Rockefeller y el jet set internacional.....	46
Álvaro Noboa: El eterno finalista.....	47
CAPÍTULO III	50
LA TRILOGIA Y SUS REDES CLIENTELARES.....	50
Maquinaria clientelar: Empresa, Fundación y Partido Político.....	53
Molinos Poultier: un referente del PRIAN en Cotopaxi	55
Fundación Cruzada Humanitaria: una manifestación del clientelismo en acción.....	69
PRIAN, el círculo íntimo: A la sombra de Dios, de mi esposa y de mis amigos:.....	75
El Héroe de Dios	75
“Detrás de un gran hombre se esconde una gran mujer...”	79
PRIAN: El club de amigos de Alvarito	83
CAPÍTULO IV	90
LA CARRERA POR LA PRESIDENCIA.....	90
“Adelante Ecuador Adelante. Álvaro Noboa Presidente”	94
Su campaña: gasto electoral y medios de comunicación.....	95
CAPÍTULO V	101

CONCLUSIONES.....	101
Noboa: El clientelismo fallido.....	102
Cotopaxi: Debilitamiento del PRIAN más allá de sus redes clientelares.....	104
BIBLIOGRAFIA.....	107
ANEXOS.....	112

RESUMEN

Para hablar de clientelismo político en el Ecuador es necesario observar el complejo entramado social que rodea a la representación política en el país y su contexto en relación al proceso histórico, en el que se fundamentan las prácticas personalistas que alimentan el sentido de lo público en el espacio de la política formal e informal.

Este estudio pretende observar las dinámicas locales del juego clientelar, en el que se basan las diversas esferas de disputa de sentido y configuración hegemónica de las estructuras que sostienen la última década en el país dentro del espacio electoral en la Sierra Centro-Norte del Ecuador, a través de la investigación de las redes clientelares que Álvaro Noboa, líder máximo del PRIAN construye desde la triada (Empresas, Fundación y Partido Político) de bienes y servicios que se encuentran en sus manos.

El período de estudio parte del año 2001 en el que Noboa se inicia como un político independiente; por medio de los contactos empresariales en la provincia de Cotopaxi, surge la idea de crear un partido político que entrelace el poder de sus empresas, la fundación de ayuda social y finalmente, el partido político, vertiente por la cual se canaliza el poder de las dos antes mencionadas.

Dentro del análisis de la trilogía como generadora de redes clientelares, se estudia los Molinos Poulter, empresa que controla en la Sierra Centro el mercado de la importación de trigo, la producción y exportación de harina: Maisabrosa y Avena Quacker, siendo esta actividad la que abre espacio al PRIAN en Cotopaxi, provincia fundamentalmente agrícola.

La aplicación de entrevistas directas con miembros de su círculo íntimo de acción y con la gente que ha trabajado con él directa o indirectamente en su campaña proselitista (círculo exterior) constituyen claves principales del registro de la construcción de una verdadera maquinaria clientelar al servicio de Noboa.

La prensa escrita se convierte en un instrumento indispensable dentro de esta investigación, para ello, se ha considerado los periódicos de mayor circulación a nivel Nacional, como son: El Comercio, El Hoy, El Universo, El Expreso y El Telégrafo. Esta recolección de datos permite apreciar cómo se configura el actor político en la opinión pública. Este material se encuentra procesado cronológicamente a través de una recopilación noticiosa como respaldo a este estudio.

Uno de los aportes innovadores que plantea esta investigación es saber cómo desde arriba se construyen redes clientelares que a Noboa le ayudan a crear un partido, en el que se mueve un aparato clientelar, capaz de genera votos a pesar de su poca experiencia política que es reemplazada por la enorme máquina política con la que cuenta.

Se observa cómo a pesar de que las redes clientelares están firmemente construidas, el clientelismo político de Noboa falla en el camino hacia el Poder Ejecutivo pero se activa de manera firme en el espectro legislativo del país. En Cotopaxi el PRIAN, ha perdido el puesto número uno en cuanto a filiaciones electorales; sin embargo, su importancia radica en la capacidad logística con la que Noboa cuenta dentro de la provincia.

Se plantea una doble perspectiva de análisis para observar al clientelismo político y sus verdaderos alcances electorales. Se abre una serie de cuestionamientos a los sistemas de representación democrática con los que cuenta el Ecuador: El Clientelismo Político en el Ecuador: Configuración de Redes Clientelares en Cotopaxi. Caso Álvaro Noboa, bosqueja a la observación directa del fenómeno clientelar en un espacio geográfico específico y la capacidad de asentar en él las diferentes explicaciones teóricas que se han dado para poder entender el fenómeno prianista en el Ecuador.

A diferencia de otros análisis sobre el clientelismo en Noboa, este estudio aporta la visión local de una de las tantas perspectivas que denotan las relaciones personalistas que entrelazan el escenario público de la política ecuatoriana en la provincia de Cotopaxi; mientras la mayor parte de análisis han mostrado una mirada centralista del fenómeno, ubicándolo geográficamente en las ciudades principales de las dos regiones más importantes del país: La Sierra con Quito y la Costa con Guayaquil.

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 Nueva Humanidad para forjar la fuerza política más grande del país... 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 (De La Torre Carlos, 2006: 39-40).

Como se aprecia en el artículo de De La Torre, la importancia de mirar el entrelazamiento del poder económico con el poder político en la base electoral de Noboa es clave para poder entender que este fenómeno nacional ha logrado traspasar a los dos polos a través de los cuales se ha visto al espacio político de representación en el Ecuador: Quito y Guayaquil; para insertarse en cada uno de los espacios en donde se encuentran instalados los diversos capitales de Noboa.

De igual forma, este estudio se configura como un importante documento de apoyo a los estudios presentados por Freidenberg con respecto al caso Noboa en comparación con otros fenómenos populistas y clientelares en el país:

El argumento principal es que las semejanzas en el estilo de liderazgo de Bucaram Ortiz, Noboa Pontón y Correa Delgado están en a) el modo directo y personalista en que se relacionan con sus seguidores...c) la interpelación discursiva del individuo como parte de un colectivo (perdiendo su condición de individuo) y en oposición al enemigo de turno del líder, junto a d) la exaltación del discurso antipartidista y e) al uso de estrategias de movilización de tipo clientelar que le permiten mantener e incluso incrementar la base de apoyo del proyecto político que se defiende...(Freidenberg, 2008: 191)

Las temáticas que la autora plantea, asientan de manera contundente las conclusiones a las que llega este análisis, partiendo de una exhaustiva investigación de campo con los actores que han sido parte de una o de otra forma de la maquinaria clientelar que Noboa ha venido construyendo en la provincia del Cotopaxi con fines electorales.

Efectivamente, este estudio se detiene a observar la construcción de esta maquinaria clientelar en el caso Noboa, arrojando varias preguntas sumamente actuales con respecto a la configuración del espacio político local, que se extiende a la lógica de poder en el escenario nacional y viceversa; se verá cómo el tejido político depende de las dinámicas concretas y simbólicas que atraviesan a la mayor parte de la sociedad ecuatoriana.

CAPÍTULO I CLIENTELISMO POLÍTICO Y SU CONTEXTO

Las motivaciones personales que intervienen en la decisión de un votante de apoyar una determinada candidatura son múltiples, y pasan por factores tales como el atractivo personal del candidato, sus ofertas de campaña, el consejo de amigos, el hábito del votante, consideraciones ideológicas o doctrinales, las percepciones por parte del elector de la inexistencia de mejores alternativas; hasta la coacción, o la expectativa de recompensas concretas; o bien un conjunto de estos factores (Menéndez Carrión, 2007).

Es importante comenzar desde el campo de las motivaciones para poder observar el aterrizaje conceptual de una categoría como el clientelismo político, Menéndez-Carrión nos anuncia a través de la descripción de los posibles ejes de análisis de las motivaciones de los votantes, la adaptabilidad y movilidad de este concepto.

Partir de ese enunciado significa entender que el clientelismo político responde al juego de intereses en disputa de los distintos actores que emergen en el espacio de lo público.

A lo largo de este estudio se tratará de ubicar varios conceptos que expliquen el fenómeno clientelar en el campo del sistema de representación¹, donde aparentemente el funcionamiento de las instituciones se genera de manera compleja pero ordenada. Sin embargo, este juego ordenado entre actores políticos² estaría lejano a la configuración del espacio político ecuatoriano. Además, se podrá apreciar que la disputa de intereses privados de quienes buscan ser parte del sistema de representación son también, elementos transversales en la construcción de la política institucionalizada en el país.

Menéndez-Carrión en sus estudios políticos sobre el clientelismo en el Ecuador, determina puntos que disponen elementos teóricos importantes para mirar los posibles escenarios en los que intervendrían aquellos elegibles para la construcción y

¹ Para la teoría sistémica los ejes funcionales del sistema político son:

- subsistema de la administración pública: procesa las demandas del sistema.
- subsistema representativo: que responde a la organización de las relaciones del sistema político con el resto de sistemas.

Esta lógica organizativa ha generado el funcionamiento de las instancias políticas modernas, el subsistema de representación sería el que permite el tránsito adecuado entre de la sociedad civil y el Estado. La palabra *representación* se traduce inevitablemente en democracia; la adecuación administrativa de este concepto permitiría resolver el problema entre delegación del poder popular al Estado y participación en directa en esta institución (Echeverría, 2000).

² Julio Echeverría hace referencia a la necesidad de la ética (entendida desde Hegel como la búsqueda del bien común) en los actores políticos que buscan ingresar al Estado para su correcto funcionamiento.

direccionamiento del espacio público. Estos escenarios, se establecen en el marco de una realidad atravesada por la precariedad estructural propia de las sociedades con economías dependientes. Esta condición será un caldo de cultivo para que las relaciones de intercambio clientelar entre actores políticos³ se refuercen férreamente.

La lectura que la autora hace del comportamiento de las barriadas votantes a partir del retorno a la democracia en los años 70s en el Ecuador, muestra que esas zonas de la sociedad civil se encuentran frente al Estado en condición de continua carencia y abandono.

Veremos más adelante, que esta situación puede ser decisiva en los temas de resolución electoral en nuestro país, ya que, explica una de las principales motivaciones de las masas votantes con respecto de sus adscripciones a las diversas propuestas de campaña. Por ejemplo, las de Noboa, quien en casi todos sus discursos como candidato a la Presidencia de la República del Ecuador se ha auto-nominado como el nuevo salvador del pueblo.⁴

¿Por qué resulta pertinente entonces, el análisis de una de las figuras más acogidas por los ecuatorianos (Álvaro Noboa) en el espacio político público de la última década en el Ecuador, a través de un marco conceptual que pretende develar algunos de los entramados clientelares que aparentemente rodean a este actor político desde sus inicios en el país?

El caso de Álvaro Noboa (hay que tomar en cuenta que Noboa nunca ha sido elegido, su figura es la del candidato no la del mandatario) resulta interesante en tanto que, traspasa la coyuntura electoral y plantea el avizoramiento de las estructuras del

³ Quienes generalmente están en condiciones de desigualdad, para la autora intervendrían igual en el espacio público, su condición de dominación o explotación se anularía frente a la posibilidad de cambiar o mejorar su situación a través de sus representantes.

⁴ A decir de Paulo Ravecca, quien realiza el trabajo introductorio del texto: Repensar la polis. Del clientelismo al espacio de lo público. "... No parece ocioso cuestionarse, entonces, como implícitamente lo hace la autora, sobre las conexiones entre el discurso de la pobreza y la pobreza misma como realidad. ¿Qué hacemos cuando decimos que el otro es pobre-marginado-carenciado-necesitado-población en situación de riesgo-etc.? ¿Qué significa la proliferación de nociones para nombrar la situación pobreza? La práctica académica puede insertarse de maneras muy diferentes en la realidad política de un contexto societal dado...desentrañando lógicas de dominación y poderes culturales en funcionamiento..." (Menéndez Carrión, 2007: 15-19) Sin duda el contexto económico, social en el Ecuador ha estado atravesado por continuas crisis propias de las economías capitalistas dependientes por lo que los cuestionamientos que abre la autora encajan perfectamente en los antecedentes históricos que nos permitirán entender el escenario donde se recrean las prácticas políticas de Álvaro Noboa.

sistema político de representación, propio del proceso de modernización⁵ de los estados democráticos en construcción como el Ecuador.

Además, nos dará la posibilidad de entender al famoso adagio popular “favor con favor se paga”, como una evidencia clara de la construcción de las relaciones políticas que subsisten en toda Latinoamérica y en el Ecuador.

Ecuador: Un fin de siglo crítico⁶:

Crisis económica

A finales de los años 90's las políticas de desregulación económica aplicadas a Latinoamérica desde los organismos financieros internacionales, permitieron el ingreso de capitales extranjeros a través del sistema de préstamos a los países en vías de desarrollo. En el país, esta desregulación del sistema financiero desvinculó al Estado como ente fiscalizador de la economía, provocando una autofiscalización de la propia banca.

El sector bancario dispuso del capital de los ahorristas para otorgar créditos a empresas fantasmas de propiedad de este mismo sector. Esta operación especulativa, generó una iliquidez bancaria que condujo a la crisis económica más grande del Ecuador entre los años 98 y 99. El Estado asumió las deudas de la banca privada imponiendo medidas como el feriado bancario y el congelamiento de cuentas bancarias de los cuenta ahorristas de todo el país. El gobierno de Jamil Mahuad asume el salvataje de la banca quebrada (Fundación José Peralta, 2003-2004).

Esta crisis financiera, permitió que Mahuad sustituyera la moneda local (sucre) por el dólar tratando de resolver los conflictos económicos de circulación generados por el propio modelo de desregulación estatal. Este proceso logró la reconcentración de

⁵ Cuando se habla de modernidad política se retoma a Alain Touraine en ¿Qué es la Democracia? El inicio y consolidación del Estado de Derecho como el paradigma hegemónico del siglo XX marca el inicio de la modernidad. Esta institución direcciona la constitución normativa (la ley) separándose de la sociedad civil, a la vez introduce a la democracia como sistema político de representación de esa sociedad civil para el acceso a esa institución. Solo la irrupción de esa soberanía popular (radicada en la sociedad civil) es la que permitió avizorar a la democracia en el panorama extendido de la Modernidad, permitiendo por un lado la interacción de los actores políticos simples y sosteniéndose por otro, como un principio de oposición al Régimen establecido por ese Estado de Derecho. Por lo tanto la democracia surge de un proceso complejo, su institucionalidad se consolida en una contradicción: el carácter excluyente de la normatividad administrativa de toda institución y la participación de los actores políticos y sociales dentro del Estado.

⁶ El desarrollo de este tema se lo hará en base al texto de: Saltos, Galarza, Napoleón, Democracia sin Partidos: ¿Una puerta a la refundación de la República?, 2005, texto electrónico, wnsaltosg@yahoo.es

recursos en este sector empresarial monopólico, evidenciando de esta forma el nuevo rol asignado al Estado como ejecutor de garantías para la reproducción del capital financiero especulativo. Se observa cómo este suceso culmina con el rompimiento con el modelo proteccionista de la Matriz Estado-Céntrica (MEC) en el Ecuador.

Crisis Política

Desde los años 80's el Ecuador se introduce en el proceso de desregulación económica y política, la crisis institucional en el Ecuador permitió un progresivo debilitamiento en el campo decisional de la acción política de los distintos regímenes de esa y de la siguiente década, las reformas políticas y económicas que se aplicaban en el Ecuador solo apuntaban a la continua deslegitimación de todos los actores políticos que ocupaban el Estado (sean estos actores políticos tradicionales o outsiders) exponiéndose a la casi inmanejable lógica de administración estatal intervenida por las fuerzas económicas internacionales.

Estas continuas oleadas de desequilibrio económico dieron paso a la deslegitimación⁷ de los gobiernos subsiguientes, la destitución de tres presidentes denunció la incapacidad de renovación que los actores políticos tradicionales han generado en el imaginario democrático de los ecuatorianos.

Sin embargo, la reestructuración del poder institucional del Estado logró a través de mecanismos constitucionales e inconstitucionales aglutinar nuevamente esa fuerza política movilizadora de la inconformidad de los ecuatorianos afectados por la continua inestabilidad de los gobiernos en el Ecuador.

La instauración de una lógica de poder que neutraliza las continuas fuentes de impugnación de la sociedad civil, genera una aparente estabilidad en lo inmediato sin que esto haya significado la construcción de instituciones democráticas capaces de sostener un equilibrio adecuado entre las demandas de la gente y el proceso decisional que pueda procesarlas a largo plazo.

⁷ "...La erosión de legitimidad de la mayoría de gobiernos en Latinoamérica se nutre por lo tanto de dos fuentes: una, la caída de credibilidad que surge de las modificaciones de sus promesas y postulados de campaña...reforzadas por prácticas antidemocráticas presentes en sus gestiones... dos, por los rigores impuestos por la política de estabilización pactada con el FMI..." Ver en archivo "Conflicto Social: Discursos y Actores en las Jornadas de Abril" 2008, www.nidecreer.wordpress.com

Este es el panorama de desgaste político y económico que se ha configurado en la última década en el Ecuador, escenario en el que surge la carrera política de Álvaro Noboa y su partido el PRIAN.

Breve recorrido: Clientelismo y Democracia en el Ecuador

Hablar de clientelismo político en el Ecuador nos lleva a mirar el origen histórico del Estado y de la democracia, como el sistema político hegemónico de representación en el continente.

Carlos De La Torre hace una mención clave y fundamental para poder sostener la explicación teórica que se introduce a lo largo de este texto:

A diferencia de estas visiones normativas de lo que debe ser la democracia, propongo la hipótesis de que el populismo es parte constitutiva de la democracia ecuatoriana y, en términos más generales de nuestra versión de la modernidad. El populismo es producto de formas particulares de incorporación política de la gente común a la comunidad política como pueblo más que como ciudadanos con derechos y obligaciones. El populismo tiene una relación ambigua con la democracia. Simultáneamente incorpora a sectores previamente excluidos y atenta contra las instituciones democráticas pues el líder se autoproclama como la encarnación de la voluntad popular que está por encima de las reglas del juego democrático...Pese a las buenas intenciones de los arquitectos de la democracia ecuatoriana esta sigue plagada por los mismos vicios del pasado: el multipartidismo, el caudillismo, el clientelismo, el populismo y el patronazgo... (De La Torre, 1999: 81).

De La Torre deja en claro que la articulación del Estado en nuestros países no solo se remite a la normatividad institucional objetiva, sino que responde a una serie de relaciones políticamente disfuncionales que de manera compleja y contradictoria se sitúan también en el escenario de nuestro sistema político.

Indagar sobre la dinámica de construcción de nuestros estados da cuenta de que los entramados sociales y políticos que constituyen a estas instituciones en Latinoamérica responden a un período histórico concreto: La expansión Imperialista de Occidente, dentro de la cual el Nuevo Mundo se desarrolla de manera dependiente de la metrópoli.⁸

⁸ Hablar de Latinoamérica es hablar de la matriz colonial que nos atraviesa como individuos y como colectividad esta es la premisa base para sustentar la categorización de un discurso centro-periferia presente en el desarrollo de las Ciencias Sociales en Latinoamérica que ha buscado ir a la par de nuestra realidad.

Es válido realizar este acercamiento breve para la reactualización del uso de la categoría clientelismo en los últimos diez años de historia política en el Ecuador.

Cavarozzi determina que una de las principales características de las sociedades latinoamericanas desde la década de los ochenta, ha sido la discusión frente a la aplicación de una política proteccionista o una política liberal para la administración estatal (Cavarozzi: s/f).

En muchos casos se optó por la política liberal con lo que la desarticulación de la matriz estado-céntrica o MEC se aceleró, deteriorada ya a partir de una progresiva descomposición de la matriz societal. La política ordenada e intervenida desde el Estado como proyecto MEC transformó el carácter excluyente de las sociedades oligárquicas (poscoloniales), en cuya base se construyó una nueva clase dominante (agro exportadora en el caso ecuatoriano)⁹ sobre una clase mayoritariamente dominada y asalariada (Pobres urbanos y rurales) a través del fortalecimiento de los vínculos institucionales con la sociedad civil y la aplicación de proyectos encaminados a mejorar ciertas condiciones de algunos sectores de la sociedad¹⁰ que se sostenían en la protección brindada por el Estado .

Sin duda este proyecto apuntaba a ir más allá de un recambio en el aparato económico¹¹ pero la supuesta reafirmación de una democracia incluyente o participativa a la que se apostaba como proyecto político llegó malamente a concretarse.

El despliegue de la MEC, por lo tanto no modificó de manera significativa el modelo excluyente de herencia colonial, en la arena política las relaciones tendieron a construirse en superposición de vínculos separados: por un lado el Estado y sus organizaciones y por el otro los sectores y grupos sociales; con una compleja vinculación del Estado a la sociedad civil. Podría decirse incluso que la intervención estatal se adecuó a una relación patronal con el resto de estancias sociales.

⁹ Es interesante mencionar en este punto que Álvaro Noboa responde a uno de los mayores grupos de poder económico del país, sostenido en la actividad agro exportadora. Revista Vistazo en su edición No. 940 del mes de octubre/2006, encabezará a uno de sus análisis sobre los candidatos presidenciales para el período 2006-2010 con el siguiente titular “El Zar del Banano con sueños de presidente: De ganar la presidencia, Álvaro Noboa Pontón se convertirá en el hombre más poderoso en la historia del Ecuador: una sola cabeza con el mayor poder económico y político.”

¹⁰ Como la burocracia, la clase media profesional y militares, todos ellos ligados directa o indirectamente a las estancias privadas o públicas vinculadas a la administración estatal.

¹¹ Impulsado a partir de los años 70's por el nuevo modelo extractivista en el Ecuador con el tan mencionado *boom* petrolero.

En Latinoamérica surgieron por un lado estados densos y extendidos, regidos por el particularismo autoritario como es el caso de las democracias andinas y, por otro lado, intentos de sistemas políticos frágiles y resquebrajados por una ola dictatorial como los casos del cono sur. Para evitar el conflicto entre las clases herederas de la oligarquía, los nuevos grupos integrados y la inflación simbólica (confrontación de grandes discursos ideológicos irreconciliables entre sí: populismo e ideologías nacional-popular vs. posturas autoritaristas y liberalismo económico) fueron necesarias las aplicaciones de medidas compresoras del espacio político estatizado, entre ellas discursos de apoliticidad auspiciados desde el mismo Estado (como gobierno de turno) y sus instituciones, lo que generó varios vehículos de integración social entre 1973 y 1982 en América Latina determinados por algunos teóricos como vehículos sostenidos en prácticas asistencialistas, clientelares y populistas. (Menéndez Carrión, 2007)

El colapso de la MEC vendría cargado de una drástica reducción de las actividades productivas y de servicios que realizaba el Estado producto de la aplicación de medidas económicas liberales, los efectos de esta desestatización fueron: por un lado la desintegración de la ciudadanía cercana al asistencialismo estatal y por otro, los procesos multidimensionales como la importante reducción de los mercados de trabajo recientemente inaugurados por la administración pública y el deterioro de los servicios estatales que resquebrajaron aún más a la MEC.

Se suma entonces el desencantamiento de la política que pierde su capacidad de contribuir a la cotidianeidad de las personas, en esta medida la política pierde sentido y legitimidad: para la sociedad civil la democracia dejará de ser la solución para la dictadura (Cavarozzi: s/f). Tres serán las vías con las que se da inicio a la progresiva desestatización de la política en los años noventa en Latinoamérica: la aplicación de las teorías de la gobernabilidad en el espacio público, el retorno de los partidos al escenario de disputa de la representación política y el hiperpresidencialismo.

La referencia que se hace aquí sobre el Hiperpresidencialismo¹² como fenómeno político en nuestras democracias puede referirnos al enlace que muchos teóricos hacen entre liderazgos carismáticos y clientelismo político (Arranz, 1987); sin embargo, esta

¹² León Febres Cordero, Abdalá Bucaram y Lucio Gutiérrez como presidentes en funciones a través de mandatos urgentes y con el respaldo o de las fuerzas armadas o de alguna mayoría legislativa armada para la ocasión sobrepasan el marco constitucional e intervienen a las dos funciones del Estado restantes: legislativa y judicial. Véase en “Especial Jornadas de Abril”, 2005 mayo, www.elcomercio.com.

referencia está encaminada a abrir una un cuestionamiento que persiste todavía en las Ciencias Sociales ¿Es la herencia autoritaria de los países poscoloniales una de las causas fundamentales de fenómenos personalistas en la estructura política de los mismos o tan solo se trata de liderazgos políticos debilitados, carismáticos o demagógicos?

El hiperpresidencialismo reduce al proceso decisional del sistema político a un solo individuo, debilita al resto de poderes e instituciones políticas especialmente a la legislación. El sistema político y sus instituciones tienen como fin: "...la organización del proceso decisional, combinando la elaboración de demandas y expectativas con la producción de decisiones administrativas..." (Echeverría, 2000). Este fenómeno desde donde se analiza el supuesto fortalecimiento del aparato estatal y de la sociedad civil a través de la emergencia de un solo individuo poderoso da pistas para la búsqueda de algunas relaciones que podrían estar sosteniendo a estas prácticas particularistas en el espacio de lo público.¹³

En este escenario descrito, es fundamental acercarse a las conceptualizaciones que se han hecho sobre el clientelismo político, como eje transversal de los procesos políticos en Latinoamérica y el Ecuador.

Se identifica desde Menéndez Carrión algunos puntos clave, considerados como condiciones previas para la vigencia del clientelismo político.

La noción de clientelismo designa una forma espacial de intercambio diádico a) entre actores de poder y status desigual; b) eminentemente utilitario y basado en la reciprocidad; y c) paternalista, particularista y privada. Constituye una forma autorregulada de intercambio interpersonal entre patrón y cliente contingente en la distribución que ambas partes esperan obtener a través de la prestación de bienes y servicios a la otra, y que cesa en el momento en el que el beneficio esperado no se materializa. Ahora bien ¿Por qué surge la relación clientelar? ¿Por qué persiste? Algunas interpretaciones privilegian dimensiones de índole cultural –valores- y -orientaciones de valor-. Otras plantean explicaciones psicológicas. En última instancia, ambos tipos de paradigma tienen -el efecto de hacer al dominado responsable de su propia condición de tales- (Thyphin, 1982: 15 citado en Menéndez Carrión, 2007: 117).

¹³ La búsqueda continua de concentrar todos los poderes en la figura del presidente no solo se la mira a través de acciones concretas como las descritas por Echeverría, sino que gran parte de los ecuatorianos asume que la figura presidencial es la más poderosa (la única) en el ámbito conflictivo de la resolución de los conflictos sociales, políticos y económicos.

La autora describe desde el teórico Thypin, la importancia que tienen las relaciones clientelares en un contexto social y económico sustentado en las relaciones de desigual y dominación.

El concepto de clientelismo que usa traspassa la visión más clásica cercana a la del liderazgo político, donde puede asumirse que quienes formulan sus estrategias políticas desde la relación clientelar serían, naturalmente, líderes carismáticos¹⁴ que establecen a su actividad proselitista como profesión en una situación política de estabilidad continua; por lo que, hacer hincapié en las relaciones de dominación propias de un espacio constituido desde la precariedad económica (Latinoamérica como una economía dependiente) permite evidenciar que la persistencia de fenómenos como el clientelismo político no tienen que ver con la perfectibilidad de aplicación teórica de la ingeniería institucional sino que son el deseo de perpetuación de intereses concretos que responden a una condición de marginalidad estructural a la que se refiere la autora.

Dos de los cuatro puntos que determina Menéndez-Carrión para observar el clientelismo político desde una perspectiva empírica en el terreno de la marginalidad (donde se mueven los electores y los elegibles) sirven para poder entender que, el “compromiso adquirido” entre el cliente y el patrón en el Ecuador se configura desde esa ética de autopromoción utilitaria¹⁵ como factor de sobrevivencia dentro de un espacio de marginación continua:

1. “La naturaleza limitada de sus demandas (las de los electores) que son concretas e inmediatas y pueden ser satisfechas mediante una política de soluciones parciales de barrio a barrio o individualmente” (Menéndez Carrión, 2007).
2. “Los pequeños beneficios que logran extraer del sistema tales como la legalización de la propiedad del terreno de asentamiento, mejoras barriales, mejoras laborales, les dan un rol en el sistema y refuerzan su tendencia a apoyarlo” (Menéndez Carrión, 2007).

¹⁴ Las formulaciones que Weber plantea desde los tipos ideales nos muestran al carisma como eje articulador de las redes de apoyo político y por lo tanto de viabilidad administrativa gubernamental.

¹⁵ “El perfil del morador barrial, que emerge de los hallazgos de los trabajos de indagación empírica en las ciudades de Latinoamérica, es el de actores eminentemente individualistas, que comparten la percepción de estar, de alguna manera, insertos dentro del sistema establecido, el cual por ende, aceptan: una visión personalista de recursos, oportunidades y contexto, que desde la perspectiva sistémica, facilita el control social... en palabras de Dietz: la ética del poblador rara vez se cuestiona el derecho del sistema urbano establecido para formular las reglas a través de las cuales el éxito y el progreso se miden, o las reglas en sí mismas” (Menéndez Carrión, 1986).

Ambos puntos, describen conceptualmente la forma en la que se generan las articulaciones dentro de las grandes maquinarias políticas electoreras en sectores empobrecidos (clases medias y bajas) sin contar con un profundo proceso de trabajo ideológico de base y sin que necesariamente exista un permanente acercamiento de los llamados agentes negociadores que componen de manera nuclear al espacio del partido clientelista.

En el caso Noboa veremos más adelante, cómo por un lado esa condición de desigualdad entre patrones y clientes (determinada por la clase social, Noboa evidentemente pertenece al sector dominante en el entramado social) se perfila como uno de los limitantes estructurales en la expansión de las redes de filiación del partido más allá de las campañas proselitistas y, por otro cómo las redes de lealtad al interior del partido abren la perspectiva de las filiaciones de sus miembros porque proyectan o pertenecen a un status social similar al de su Líder, en quien no solo se deposita la esperanza del triunfo político sino todo un capital simbólico que genera el status social que valida su propia condición de clase y con ello, la legitimidad de sus lugares dentro del espacio político de representación:

Dentro del ejercicio político, cuando nace un partido o movimiento político tienen que estar en función de dos cosas. Primero de un plan de trabajo sobre la filosofía política y los alcances en los diferentes ejes que tengan estos y sobre todo la imagen de un líder nacional... nosotros somos honestos en que la idea de vender la imagen de abogado Álvaro Noboa no fue la correcta porque se salieron de los esquemas que normalmente se debe manejar dentro de la política, y eso nosotros como directores provinciales le hemos dicho; sin embargo, dentro del ejercicio estrategia de la política, nosotros como leales al partido y a los principios del partido hemos vendido la idea de que el abogado Álvaro Noboa debe ser la imagen, el hombre político, el hombre empresarial que el país necesitaba... Simplemente nosotros manejamos la cuestión de lealtad, es la palabra correcta dentro del ejercicio mental de la política en el PRIAN, lealtad a mis principios, lealtad a mis valores y lealtad con quienes trabajo, simplemente eso lealtad, si es que no hay eso no habrá política y no habrá servicio social... (López, entrevista, 2009).

Cabe mencionar en este punto, que la visión macro-estructural que propone Menéndez-Carrión no estaría excluyendo a otro tipo de factores que pueden sostener a este fenómeno económico-político-social-cultural, denominado como clientelismo.

Desde esta propuesta analítica se procura complementar esta visión objetiva, por llamarla de alguna manera, del clientelismo y sus redes, con los planteamientos de Auyero quien determina un presupuesto importante en el estudio de este fenómeno:

Parte del “impasse clientelar” involucra una descripción bastante acertada del sistema de relaciones objetivas en las que están ubicados patrones, mediadores y clientes (redes, diadas, sets), de los “intercambios que se llevan a cabo dentro de estas redes, y de las funciones de los mediadores en ellas. A pesar de algunos abordajes centrados en los actores, un problema central de gran parte de la literatura es que nos brinda una inadecuada explicación de la dimensión subjetiva del clientelismo; esto es, se presta demasiada poca atención a las experiencias, evaluaciones, pensamientos enraizados en esas “relaciones objetivas”. Como sugiere una buena parte de la literatura sobre el clientelismo político (aunque creo que explora de manera insuficiente), la distribución de bienes y servicios es una condición necesaria pero insuficiente para el funcionamiento del mundo clientelar. Dado que los intercambios son –utilizando una frase de E.P. Thompson– experiencias humanas vividas, el conjunto de creencias, presunciones, estilos, habilidades, repertorios y hábitos que acompañan a estos intercambios –explicándolos y clarificándolos, justificándolos y legitimándolos – es tan importante como el conjunto de los propios intercambios. A los efectos de examinar el clientelismo como una experiencia, entonces, hace falta recuperar, o mejor dicho, reconstruir la perspectiva de los clientes... (Auyero, 2004).

El autor determinará el carácter cotidiano (y por ello más cercano a lo subjetivo) de las relaciones clientelares en Latinoamérica, el clientelismo político desde su perspectiva debe ser concebido como una serie de elecciones prácticas aprendidas a través del tiempo y experimentadas en la vida cotidiana, el rechazo a una visión meramente utilitarista da paso a mirar que es lo que ocurre más allá de la maximización de las utilidades y cálculo pragmático de los actores políticos que están (o que aspiran estar) en la dimensión decisional del poder, es decir los clientes.

Auyero hace énfasis en su teoría sobre el clientelismo desde la perspectiva bourdieana del intercambio de obsequios para entender la lógica de trueque que se establece en algunos espacios más cotidianos de quienes receptan la propuesta del patrón más allá de la coyuntura electoral consolidando redes clientelares que pueden soportar la inclemencia de varias derrotas del candidato:

...Lo que faltaba en ambos análisis era el papel determinante del intervalo temporal entre el obsequio y el contraobsequio, el hecho de que, prácticamente en todas las sociedades, está admitido en forma tácita que no se devuelve de inmediato lo que se ha recibido-lo que equivaldría a rechazarlo-... reflexionaba sobre la función de este intervalo: ¿Por qué es necesario que el contraobsequio sea diferido y diferente? La función del intervalo consistía en hacer de pantalla entre el obsequio y el contraobsequio, permitía que dos actos perfectamente simétricos parecerán actos únicos, no vinculados... es como si el intervalo de tiempo, que distingue el intercambio de obsequios del toma y daca, existiera para permitir a la persona que da vivir su obsequio como un obsequio sin devolución, y a la que devuelve vivir su contraobsequio como gratuito y no determinado por un obsequio inicial...(Bourdieu, 1998 citado en Auyero: 2002).

Comienza a vislumbrarse a dos clases de clientes, aquellos que militan y aquellos que simpatizan con el candidato, el autor confirma que el círculo íntimo de los mediadores es aquel que acciona a través de este velo que cubre la verdad del intercambio.

Un extracto de la entrevista realizada a Ángel Sanpedro, dirigente del PRIAN en Cotopaxi, permite percibir la relación subjetiva que describe Auyero en su análisis de los nudos constitutivos de la relación clientelar en el espacio del partido:

Mire hay algunas formas de escoger, (a los candidatos a dignidades) las tradicionales que es cuando un grupo de dirigencia se pone de acuerdo en parte primeramente por su capacidad y en parte por su posición económica, esto hay que ser real...por ejemplo, no se puede no más incluir, aceptar una candidatura cuando no se tiene por lo menos para correr una de ellas, porque aquí es falso que digan que el partido regala, todo eso es mentira, o que solo es por aceptación popular. Yo lo que hasta ahora tengo pleno conocimiento que todas las personas que han sido candidatas por lo menos han tenido algo o al menos una posición económica, es que es verdad, tienen que incurrir en ciertos gastos de lo que es movilización y andar con gente y por lo menos ser conocido, a diferencia de que algunos de buena suerte y por sus buenos pescadores cuando ven que un partido está en auge logra meterse y realmente no les cuesta nada... Pero en nuestro caso es verdad que se escoge a la persona que puede, tal es así que cuando es nominada una persona que sí tiene ciertas capacidades, pero que ha dicho: sabe que no tengo recursos para correr esta candidatura así que me hago a un lado, entonces eso ha sido de las formas casi tradicionales...Primero es la capacidad y después el tema económico. (Del posible candidato) ¿Suponiendo que la persona tiene la capacidad pero no tiene recursos, existe la posibilidad que dentro de la dirigencia se le auspicie o apoye? No existe y eso que quede claro, porque nuestro líder Álvaro Noboa es un hombre muy potentado, creen que él lo ha gastado en campañas, al contrario él dice cada quien tiene que ayudarse, tiene que trabajar para poder salir adelante, claro que se reciben pocas ayudas más a veces se ha recibido en lo que es

publicidad, póngase unas camisetitas yo que sé unos afiches pero de ahí dinero, dinero eso no ocurre... (Sanpedro, entrevista, 2009).

Las declaraciones de Sanpedro muestran las contradicciones bourdieanas de las que Auyero parte para explicar la dimensión del intercambio puertas adentro, éstas se convierten en el andamiaje de las relaciones clientelares al interior del PRIAN. A través de estos testimonios se puede leer claramente que, uno de los requisitos indispensables para ser candidato del PRIAN, es contar con un capital que respalde la posible candidatura, es decir, los intermediarios partidistas estarían ligados al referente o líder a través del status que su posición económica y social les brindan dentro del lugar al que se pretende representar políticamente.

Este andamiaje descrito se remite a que el círculo más cercano de militantes a la cúpula partidista debe estar atravesado por una serie de consumos simbólicos en el espacio de lo público, su capacidad de representación descansa en las posibilidades materiales que pueden aportar, de manera concreta al entrelazamiento de redes clientelares dentro y fuera de la máquina política con la que Noboa cuenta para la contienda electoral. A esto se añade que el juego clientelar en Noboa puede analizarse como un enlace entre el poder económico que puede prodigar obsequios o que por simpatía puede conseguirlos y su necesidad de conservar intacto su patrimonio personal desde el espacio del poder político.

Si se observa la dinámica al interior del PRIAN en Cotopaxi, la imagen del patrón que ejerce el liderazgo que describe René Mayorga en su estudio de las prácticas clientelares en Bolivia puede empatar con la de Noboa en el país. “El entrelazamiento personal entre el poder de la empresa económica y el liderazgo político” dirá Mayorga (al estudiar en el caso boliviano a Max Fernández y Carlos Palenque) que las redes clientelares se sustentan debido a la gran disponibilidad de infraestructura empresarial que ambos poseen, lo que les permite desplegar una labor proselitista permanente e indirecta sin apego al calendario electoral (Mayorga, 1995).

Tanto en Cotopaxi como en el resto de provincias del Ecuador Noboa ha logrado permanecer en campaña proselitista más allá del calendario electoral, su Fundación y el enorme complejo industrial que posee lo mantiene dentro del diálogo cotidiano de cada uno de los posibles votantes en todo el país. Noboa está en cada uno de los hogares ecuatorianos cuando come una allullas (pan) o toma un vaso de Quaker, la capacidad de

intervención económica en el imaginario cotidiano de consumo para satisfacer las necesidades más básicas como alimentarse para sin duda sobrevivir en una provincia cuyo nivel de pobreza por necesidades básicas insatisfechas es del 75,91% de la población y el porcentaje de extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas es del 45,5% (Datos tomados del SISE, 2008): El caldo de cultivo de la antipolítica ha sido, por una parte, un contexto económico y social de expansión de la pobreza y de sectores marginales no integrados a sistemas políticos que manifestaron su incapacidad para representar y canalizar sus demandas sociales; y por otra, la disponibilidad electoral de la ciudadanía en un marco político de debilitamiento y/o crisis de las instituciones y los liderazgos (Mayorga, 1995).

La fórmula poder político – poder económico es lo que sostiene a Noboa en un escenario político desgastado. En el Eterno Finalista, segundo capítulo de esta investigación se verá como Álvaro Noboa se ha constituido en el eterno candidato, su permanencia mediática lo sitúa en la arena de campaña, la continuidad que le da a su candidatura en los medios de comunicación no lo deja alejarse del espectro político de la provincia.

La disponibilidad de recursos financieros a la que se suma la imagen renovada de un hombre empresario y nuevo en la política, genera en la retina de aquellos pobres¹⁶ en busca de un paradigma de movilidad social desde los espacios a los que estos están adscritos, con el particular tinte de los obsequios descrito por Auyero, quien reconoce que no se puede observar la retribución de los clientes en el fenómeno clientelar en un corto plazo porque lo que ambas partes buscan es limpiar la relación maniqueísta y utilitaria que esconde el intercambio de votos por favores dentro de una institución en la que la imagen de pureza y veracidad forman parte de su discurso para atraer a los posibles votantes provengan de la clase social de la que provengan: “La estrategia política del PRIAN, primero es decir la verdad absolutamente, somos un partido joven que no hemos estado en el poder, y que por tanto nosotros entendemos a la política como el arte del servicio a los demás y hemos dicho la verdad”¹⁷

¹⁶ Se acepta la conceptualización de pobreza de Menéndez Carrión en la que se determina la multiplicidad de significaciones que este fenómeno tiene pero se la acerca a los procesos de marginalidad estructural de los cuales ya se hace una mención anterior en las que la condición de carencia constante podría aglutinar no solo a la clase baja sino a la clase media también, ambas aglutinadas dentro de lo que se podría llamar clase trabajadora.

¹⁷ Entrevista realizada por la autora a Nelson López, septiembre 2009.

¿Cómo se conecta entonces al planteamiento de Menéndez Carrión sobre las condiciones materiales y las relaciones clientelistas? Estas apuntan a la configuración de imaginarios de escala social, más aún si estos pobres mantienen una relación directa (como militante del partido) con quienes encarnan al patrón.

Dentro del partido se llama a todas las personas de la clase pobre, de la clase media, la media alta de todos los sectores, pero yo creo que más está incluido la clase media porque dentro de las charlas y conversaciones que tenemos en las reuniones, ósea siempre estamos hablando de un cambio de mejorar las condiciones de vida, queremos que todos llegue a tener por lo menos lo básico dentro de su forma de vivir, que podría ser una casita, un carrito, un empleo y educar a sus hijos, entonces no hablamos de igualar hacia abajo... entonces ese mensaje ha calado bien en mi última candidatura, yo creo que el mayor porcentaje de mi votación tuve de la clase media, gente que entendió realmente el mensaje, porque a la clase media no se le puede a veces mentir es difícil mentirle, no así a la clase que ha quedado marginada donde todo lo que digan parece ser cierto y le engaña y después llega a descubrir que no ha sido así por eso es tantas veces que dicen me siento defraudado... (Sanpedro, entrevista, 2009).

Las clases medias se han caracterizado por una ambivalencia de asimilación (con las clases burguesas) al mismo tiempo que de una disimilación (con relación a las clases populares) de aquí surgen dos escenarios: primero la existencia de un grupo de la clase media que se identifica con los sectores populares y por el otro, un sector que a pesar de deslegitimar a las principales instancias de poder, reproduce su mismo discurso afirmando lo que niega, en un afán de hallar cabida dentro de la clase dominante con la que se vincula de manera simbólica a través de su continua escalada y ascensión económica (Bourdieu, 2000).

Esto determina que la presencia de la clase media y media-alta, sea de algún modo, la que asuma la dirección partidista en la provincia de Cotopaxi, situación que se verá en el segundo y tercer capítulo, donde la relación de clase será la que medie entre el líder o puntero y sus círculos de acción íntima.

Por otro lado, su calidad de empresario a Noboa le permite proyectar una imagen en la que la gente ligada a las bases de su partido lo observe como el hombre que no es el político tradicional, quien va a sacar al Ecuador adelante, no entra a gobernar amarrado, porque es un empresario que se ha preocupado solo por sus negocios manteniéndose lejos de la política tradicional, además va a traer inversión extranjera y por tanto habría mejores condiciones en el ámbito económico.

Veremos más adelante cómo se entendería que Noboa pese a tener la posibilidad de generar redes clientelares concretas desde sus empresas, su partido y su fundación, no logra acceder directamente al poder, no obstante mantiene prestigio y reconocimiento en varios sectores marginales y desde luego dentro de su partido que ha venido accediendo de manera acelerada a los curules legislativos en todo el país.

¿Lealtad o razón utilitaria? Las masas votantes

Al concluir este capítulo teórico podemos dimensionar que las definiciones conceptuales para explicar la figura del clientelismo político que hacen tanto Menéndez-Carrión (razón utilitaria) como Javier Auyero (redes de credibilidad y lealtad) en los distintos casos de redes clientelares en Latinoamérica se complementan de manera compleja:

La mayor parte de la literatura sobre el tema lo define como fenómeno y como práctica social y política que consiste en un intercambio de favores, bienes y servicios de parte de líderes políticos partidarios por apoyo o lealtad política por parte de los ciudadanos, los cuales en esta relación adquieren el carácter de cliente. Es decir que el clientelismo político se define como una relación social que se produce en un espacio microsocioal, en forma personal, voluntaria y legítima entre quien detenta poder político desde una estructura política partidaria o desde un organismo estatal y la ciudadanía. Es un intercambio de bienes por favores; los bienes intercambiados son de carácter público y privado. En el intercambio se benefician ambas partes (Corozo Fernández, 2002).

La autora hace referencia a la relación de intercambio de favores entre actores políticos a través de la cual ambas partes se benefician, la complejidad de esta relación está en determinar que el intercambio no solo se remite a las condiciones objetivas de precariedad de los clientes sino que el vínculo entre ambos actores políticos (los posibles electores y los posibles elegidos) tiene también una dimensión subjetiva de reciprocidad o lealtad que intervendría en la construcción y ampliación de las redes clientelares que pretenden perpetuar una lógica de reciprocidad con quienes detentan el poder político.

En este estudio veremos como la subjetividad de los clientes parte de su condición de desigualdad frente al patrón, en recuento de lo ya planteado, la herencia colonial en el imaginario colectivo de la mayoría de los ecuatorianos está cercana al papel del dominado.

Las estructuras políticas recogen esta memoria colectiva y se van interiorizando de manera sutil en el cotidiano; esa condición de desigualdad se sustenta entonces no solo en el intercambio simbólico y discursivo de las singularidades de lo subjetivo sino principalmente en una condición concreta y objetiva como la diferencia de acceso de las distintas clases sociales.

Es válido observar que el comportamiento de las masas votantes no es uniforme de ninguna manera, si bien este estudio no se detiene en un análisis minucioso de las bases sociales que conforman el electorado en la provincia de Cotopaxi, sí se acerca (en base a entrevistas directas) al espacio de las motivaciones generales que cada uno de los actores inmersos en las redes clientelares tienen.

Estos conforman al partido político, se aproximan y desarrollan desde un discurso cotidiano un espacio que determina a lo largo de la vida del país una constante crisis en todos los espacios de lo público.

En los capítulos siguientes se observará dos de los ejes motivacionales de los miembros que conforman las redes clientelares en el caso Noboa. De manera consciente o inconsciente del trabajo político que realizan, los distintos actores políticos (que sin lugar a dudas pertenecen a sectores económicos diferentes y por lo tanto a diferentes clases sociales) se introducirían en las maquinarias clientelares manejadas por Noboa:

1. El sentido de conservación interiorizado de los puestos trabajo:

Nunca fui obligado a apoyar a Álvaro Noboa, todo era hecho a voluntad personal de cada persona, ir a dejar propaganda, hacer algún recorrido o tener algún respaldo pero obligarlos no, es totalmente libre de participar, durante las tres campañas no me han dicho bueno tiene que colaborar o se va de la empresa, sólo nos han llamado a colaborar eso sí... (Ex – trabajador Molinos Poulitier, entrevista, 2009).

2. La necesidad de incidir en el espacio decisional de la vida pública:

Recordar la política prianista aquí en Cotopaxi es regresar uno 10 años atrás, había un movimiento pro Álvaro Noboa el cual respaldó su candidatura a la Presidencia de la República... después de un año por insinuación y pedido de quien les habla ese movimiento pro Álvaro Noboa se convierte en un partido político... el proyecto tiene que culminar con la presidencia de la República del señor Álvaro Noboa Pontón nuestro máximo líder... (Vásquez, entrevista, 2009).

La perspectiva del cliente se desarrollará de manera más profunda en el capítulo III. A continuación, se introduce un recorrido descriptivo de lo que fueron los inicios de la carrera política de Álvaro Noboa para poder enlazar los planteamientos teóricos que se

han desarrollado en este capítulo y así entender cómo los distintos recursos con los que cuenta se configurarán en verdaderas maquinarias clientelares. Además, para poder contextualizar la emergencia de este actor político en el escenario de crisis que ha venido viviendo el Ecuador descrito en páginas anteriores.

CAPÍTULO II DE EMPRESARIO A POLÍTICO

El rasgo sobresaliente de los actores neopopulistas en el poder (Fujimori, Menem, Collor de Melo) ha sido, en efecto, su amplia adhesión a las políticas neoliberales, la cual en algunos casos no se distingue solo por sus dispositivos ideológicos, (éste es el énfasis que se le da a este capítulo) sino también porque su soporte ha sido el entrelazamiento incluso personal entre el poder de la empresa económica y el liderazgo político.¹⁸

Detenerse en conceptos como populismo, neopopulismo y antipolítica, posibilita la visualización de los escenarios políticos en los que se han dado las disputas electorales de los últimos años en Latinoamérica. La acotación que hace Mayorga del vínculo que existe entre el poder económico y la emergencia de actores que personalizan de manera extrema a la política, haciendo de ésta una actividad sostenida en discursos que van en contra de los estamentos tradicionales del sistema de representación en la democracia moderna, demuestra cómo las fortunas individuales de los contendores electorales reemplazan la necesidad de un discurso programático constituido en un proceso organizado dentro de las estructuras e instituciones políticas por excelencia: los partidos políticos.

La emergencia de estas nuevas figuras de representación (por fuera de los partidos políticos tradicionales) aparecen sujetas a redes de articulación clientelar constituidas de manera rápida, caben las preguntas ¿En qué medida la rapidez con la que se constituyen las redes de apoyo a los nuevos actores políticos sin el respaldo de una estructura partidista tradicional dependerían del poderío económico que estos pueden enlazar en un espacio social desencantado del sistema político de representación? ¿Cómo estos espacios sociales que desconfían de los políticos de siempre logran relacionarse con los discursos antipolíticos (políticos) que se muestran capaces de transformar las demandas de la gente en decisiones para satisfacer sus necesidades concretas?

¹⁸ “Trazando una conexión paradójica, Antipolítica y Neopopulismo aborda el fenómeno de una nueva especie de políticos en proliferación tanto en América Latina como en Europa –los outsiders neopopulistas que saltan al escenario denunciando la decadencia y la corrupción de los partidos y las élites políticas- y de los factores institucionales que los estimulan...” (Mayorga, 1995).

En el tercer capítulo de esta investigación, se verá cómo la instrumentalización de la fortuna de Álvaro Noboa puede considerarse como uno de los ejes que permite su penetración en la sociedad como un actor político renovado, con lo que se ha mantenido dentro de la contienda electoral por más de tres ocasiones y también, cómo su discurso antipolítico estaría despolitizando sus intenciones electorales, colocándolo en un escenario de acceso fácil para los electores:

Amar al prójimo como a ti mismo, mi lema de acción... Desde que inicié mi carrera de servicio público para obtener la Presidencia de la República del Ecuador en el año 1998...he sido atacado tanto yo como los negocios y mi familia de la manera más vil e infame. Directamente y usando a terceras personas han tratado de destruirme ya que de llegar a la Presidencia yo acabaría con la corrupción y la pobreza, cosa que no le conviene a señores muy poderosos...Han querido convencer a los ecuatorianos de que soy un heredero más, sin embargo lo que tengo es gracias a mi trabajo de más de 40 años. Gracias a Dios... Las fuerzas del mal seguirán luchando contra mí siempre pero yo seguiré sirviendo al Ecuador y a los ecuatorianos desde mi puesto de trabajo empresarial, desde mi puesto de lucha cívica, desde mi Fundación y centros de ayuda social (Noboa, 2009).

El discurso político de Noboa aparece dentro de un plano más personal, su interés por el bien común, por el mejoramiento de las condiciones materiales de la colectividad puede ser visto como filantropía o caridad cristiana de un empresario exitoso y aparentemente desvinculado de la política tradicional.

La personalización de su discurso antipolítico¹⁹, lo ubica entonces en un espacio estratégico dentro de un terreno social en el que se ha deslegitimado a la política relacionándola directamente con palabras como corrupción y latrocinio, Noboa sería entonces, un candidato con grandes posibilidades de ser elegido por encajar en la descripción del outsider que proponen algunos teóricos como Mayorga, Echeverría y De La Torre; sin embargo ¿Por qué la instrumentalización de sus múltiples bienes no le ha permitido llegar al Estado como Presidente de la República o es qué acaso las redes de apoyo clientelar que ha trazado Noboa se encuentran todavía en un proceso de

¹⁹ "...La Presidencia es un medio pero no un fin para Álvaro Noboa, lo importante es seguir trabajando por el desarrollo social, tener conciencia de que como hombre de fortuna es un privilegiado y por lo tanto, a través de su acción social invierte su dinero para elevar la calidad de vida de los más necesitados. Su aspiración es que lo recuerden en su epitafio como: Un hombre que luchó por el cambio del Ecuador, que trabajó por los pobres, por la transformación y la grandeza de su país." Ver en entrada Principal de la página web de la Fundación Cruzada Nueva Humanidad, de propiedad de Álvaro Noboa. www.prian.org.ec, julio del 2008.

consolidación? Estos son cuestionamientos que se tratarán de resolver en los capítulos consiguientes de este estudio.

Hablar de la personalización extrema de la política conduce a pensar en categorías como caudillismo o patronazgo, propias de los sistemas oligárquicos de las sociedades poscoloniales; es válido decir entonces, que frente al proceso histórico de recambio en el poder de las clases dominantes (de oligarquías a burguesías) estas supieron actualizar sus relaciones de poder (autoritarias) en discursos aparentemente inclusivos, tales como la antipolítica a través de mecanismos clientelares en los llamados neopopulismo latinoamericanos.

A diferencia del populismo clásico, el neopopulismo opone el pueblo no ya a la oligarquía, sino a la institucionalidad de la representación y a su caricatura bajo la forma de la partidocracia. En cuanto forma de la modernización, el populismo incorporó a las masas excluidas a la política, antes territorio privativo de las oligarquías. El neopopulismo declina su proyección inclusionaria y la sustituye por una lógica de trasgresión y subversión institucional; se sirve entonces de la antipolítica y de su lógica de erosión de la institucionalidad (Echeverría, 2007).

El peligro que avizoran varios teóricos, entre ellos Mayorga, con respecto a esta reactualización de las prácticas políticas desde espacios ligados fuertemente al capital económico, es la posibilidad del apareamiento de regímenes autoritaristas que puedan lograr aceptación popular a través de los procesos de intercambio que generarían las prácticas clientelistas -Que se remitiría al caso Noboa-.

De la Torre señala que “El uso y organización de los pobres en redes no es un patrimonio exclusivo de los partidos populistas ecuatorianos ni de los partidos políticos costeños...partidos no populistas...basan su apoyo en los sectores más pobres... en la organización de éstos en redes clientelares” (Burgawal, 1995 citado en De La Torre, 2008). De lo que se inferiría que, el clientelismo es una característica común en la forma en la que los partidos políticos trabajan con los sectores populares ecuatorianos. Estas redes distribuyen recursos, información, trabajos y también generan identidades populares basadas en la distinción entre los ricos y los pobres (De La Torre, 2008).

La pertinencia de hablar de neopopulismo o de populismo²⁰ se remite a entender la primera fuente de inserción de Álvaro Noboa en la arena política ecuatoriana, pues como se mira en el siguiente texto, Noboa surge como actor político ligado al partido de “La fuerza de los Pobres”, el Partido Roldosista Ecuatoriano (PRE) categorizado por varios teóricos a través de los conceptos populismo y clientelismo en el Ecuador.²¹

Con el retorno a la democracia en el 79 y la muerte de Jaime Roldós Aguilera, surge en años venideros la figura de Abdalá Bucaram (su cuñado) como el heredero de la fuerza del cambio en el imaginario popular ecuatoriano; su historia política lo liga con Assad Bucaram y el primer partido de identificación populista en el Ecuador, a decir de varios teóricos: el CFP Concentración de Fuerzas Populares como su antecesor y germen de la línea que luego se configurará como la roldosista.

En 1952 la coalición adhoc entre el Frente Velasquista, CFP, ARNE y liberales independientes que sustentó la candidatura de Velasco Ibarra obtuvo el 41,09% de los votos válidos; en 1954 la candidatura de Guevara Moreno con CFP consiguió el 24,40% de los sufragios y la de José Ricardo Chiriboga Villagómez postulada por FNV y ARNE y apoyada por los liberales consiguió el 18,01% de los votos válidos; en 1960, Velasco Ibarra obtuvo el 48,78% de los votos y, en 1968, el 32,8% mientras que CFP, aliado a los liberales conseguía, con la candidatura de Andrés F. Córdoba, el 30,99% de los votos válidos en todo el distrito nacional (Mejía Acosta 1996:34). En 1978, la candidatura de Roldós obtuvo en la primera vuelta el 27,7% de los sufragios, polarizándose los resultados a tal punto que en la segunda vuelta electoral la Fuerza del Cambio obtuvo el 68%... Bucaram es consciente, por lo tanto, de la importancia de trabajar con un grupo de intermediarios, cuyas actividades de contacto con la base debían ser seguidas muy de cerca por él mismo y cuya lealtad necesitaba asegurar tanto como fuera posible... Tal como Guevara había hecho en el pasado, Bucaram trabaja políticamente con lo que encuentra en el contexto local en el que actúa. Así, evita superimponer estructuras de enlace político artificiales en las barriadas de la ciudad. Trabaja a través de redes sociales y/o políticas preexistentes a nivel barrial, vinculando a los dirigentes claves al partido y a sí mismo directamente (Freidenberg, 2008).

²⁰ Existen varias conceptualizaciones de la categoría populismo, De La Torre lo explica: El populismo no puedes ser reducido a una etapa de la historia de la región...el populismo y la política en general no pueden explicarse *solo* como el reflejo de fuerzas estructurales... los discursos populistas generan pasiones e identidades fuertes que dividen a la sociedad entre pueblo virtuoso encarnado en el líder y sus enemigos construidos como la anti-patria... los sectores excluidos y marginados buscan representar a toda la comunidad y lo hacen articulando demandas que no se pueden satisfacer dentro de un orden hegemónico sino a través de la ruptura populista...” (De La Torre, 2008)

²¹ Véase Freidemberg “Jama, Caleta y Camello, las estrategias de Abdalá Bucaram y el PRE para ganar las elecciones” o De La Torre “Un Solo Toque: Populismo y Cultura Política en Ecuador.”

Posteriormente el roldosismo, aprovechó la legitimidad con la que contaba Roldós Aguilera en el retorno a la democracia en el Ecuador a finales de los 70's, la figura de Bucaram se alimentó de este imaginario y lo llevó a límites de popularidad elevadísimos, su llegada al poder y sus prácticas populistas:

Es así que los clientes, los informales, los pobres a los que se refiere la bibliografía son poblaciones que, a la vez que son invisibilizadas por el Estado, también tienen sobre-visibilidad... El populismo politiza las humillaciones cotidianas a las que son sometidas estas poblaciones transformando los estigmas, con que son nombrados para ser administrados por agencias estatales y no gubernamentales en fuentes de dignidad (De La Torre, 2008).

La fuerza de los Pobres, de los hijos sin patria: Abdalá, será su lema de campaña y la fuente de resignificación continua de su discurso disociador²² entre esos (la oligarquía) y nosotros (el pueblo, en el que se incluía) hasta su llegada al poder y su imposibilidad de aplicar en la gestión sus promesas de campaña acompañada de sus hostiles formas de actuar en el espacio de la representación; las mismas que condujeron a su caída y a su desgaste en la política oficial ¿pero qué paso con su fanaticada?

En todas las declaraciones dadas por los entrevistados (miembros activos del PRIAN o adversarios políticos) aseguran que por lo menos en la provincia de Cotopaxi, gran parte de los militantes y simpatizantes del PRE luego de la caída y deslegitimación que sufriera Bucaram y su partido, decidieron cambiarse de camiseta y pasaron a formar parte del nuevo partido que se avizoraba con el abogado: el PRIAN.²³

En todo caso, la pertinencia de hablar del bucaramato en este estudio dará paso a mirar qué es lo que paso con su pupilo político: Noboa y la configuración de redes de apoyo clientelar que éste lograría haber consolidado desde los inicios de su carrera por la Primera Magistratura en el país.

²² Discurso que según De La Torre es fundamental para distinguir la práctica populista.

²³ En todos los entrevistados las respuestas que dan cuando se les consulta sobre el traspaso que hubo de la militancia de miembros del PRE al recién formado PRIAN, todos coinciden en que la cercanía de Noboa a Bucaram en sus primeros pasos como político generó un nexo en el imaginario de muchos quienes decidieron *renovarse* y cambiarse al partido de Noboa.

Alvarito, el heredero: su fortuna y su inserción en el mundo de la política

Del PRE al PRIAN

Todos los políticos no nacen de cero, tienen que venir de una ramificación, y así es, no una gran parte sino una pequeña parte es ex PRE, lo que al final el abogado se identificó con el PRE de tal manera que al separarse vino una fortaleza que venía mejor con un nuevo movimiento con este líder... no hay un partido político que sea nato, que haya nacido desde abajo y solamente erigidos con esa ideología, porque hay también la necesidad de escuchar a la gente política, a la gente con experiencia, pero al final se puede manifestar que ha sido su pasado el que va establecer con el lineamiento que tenga a cualquier partido político que pueda pertenecer, no tenemos que sorprendernos de que un futbolista tenga que ser solamente del Deportivo Quito, si me invitan al Barcelona o a la LIGA yo tengo que irme, me invitan porque soy un buen elemento, lo lógico es que también tenemos que invitar y ser invitados por otros movimientos y partidos políticos que nos requieran si somos buenos elementos (Izurietta, entrevista, 2009).

Álvaro Noboa, de 59 años, nació en Guayaquil, el 21 de noviembre de 1950, hijo de Luis Noboa Naranjo (+) e Isabel Pontón, casado con Anabella Azín con quien tiene cuatro hijos y heredero de la gran fortuna personal de su padre.

Ejecutivo de corte gerencial vertical, cuyo nombre surge en la palestra electoral estrechamente ligado a la historia de su riqueza: “su vinculación política se interpreta tanto entre su familia como fuera de ella, como una estrategia en la que su última lucha constituye su fortuna.”²⁴ Noboa comenzó a intervenir de manera formal en la política ecuatoriana durante la campaña electoral de 1996 apoyando al Partido Roldosista Ecuatoriano encabezado por Abdalá Bucaram, postulante a la Primera Magistratura del país en ese período.

Su relación política con Bucaram nace a través de su cuñado Omar Quintana²⁵ con quien ha estado ligado por más de 17 años. En este contexto electoral Noboa se apuntó como el principal financista del PRE (Vistazo, 1998). Bucaram le propuso en esa ocasión la primera diputación nacional por el PRE, propuesta que no fue aceptada,

²⁴ Véase cronología: El Comercio, 1998.

²⁵ Omar Quintana conocido dirigente del EMELEC, equipo de fútbol de origen guayaquileño pero con apoyo extendido en todo el país, en el espacio político ecuatoriano estará presente de manera visible en el gobierno de Lucio Gutiérrez y se lo ligará a la mayoría parlamentaria que apoyó al oficialismo en la readecuación inconstitucional de la Corte Suprema de Justicia para aparentemente invalidar los procesos penales y judiciales que pesaban en contra del depuesto Abdalá Bucaram.

“aduciendo que en ese momento no podía hacerlo, pero que lo apoyaría porque creía que su labor iba a ser buena para el país”.²⁶

Una vez que Bucaram asume la Presidencia del Ecuador, Noboa es nombrado Presidente de la Junta Monetaria:

En 1996 asumí la presidencia de la Junta Monetaria del Ecuador. En esa época la reserva monetaria del Ecuador estaba entre 1.300 y 1.400 millones y la subí a una cifra aproximada de 2.000 millones de dólares. Hoy en día la Reserva monetaria, aunque el Ecuador es un país dolarizado, está en aproximadamente 1.100 millones de dólares; o sea que nadie ha logrado llevar la Reserva Monetaria del país al nivel que yo alcance. He sido, además, Presidente Fundador de la Asociación de Corredores de Bienes Raíces y ésta me nombró Presidente Honorario Vitalicio por mi condición de fundador de la misma y por haber conseguido la Ley pro-defensa de los corredores de bienes raíces.²⁷

Su intervención en el área económica del gobierno da inicio a su trabajo político, bagaje que fue recogido en su futura y primera campaña electoral hacia la presidencia. Cuando Bucaram es destituido por el Congreso Nacional aduciendo su incapacidad psicológica para gobernar y huye “auto-exiliado” a Panamá, para evitar rendir cuentas a la justicia ecuatoriana luego del desplome en su legitimidad y en su respaldo popular, el PRE recompone la imagen del partido de manera ingeniosa a través de la persona de Álvaro Noboa como candidato a la presidencia, su imagen de empresario los coloca en una posición de renovación partidista restituyendo el golpe que les significó la caída de Bucaram.

²⁶ Según diario El Comercio de 1998 el no aceptar la primera diputación puede ser vista como una estrategia por parte de Noboa, como lo afirma este medio de comunicación escrita, la idea de ser candidato presidencial ya fue tramada con antelación.

Algo similar menciona el diario el Universo en el 2002, cuando manifiesta que para comprender las aspiraciones presidenciales de Noboa hay que examinar la relación con el padre, pues existía cierta rivalidad que se confirma en la entrevista dada a Vistazo, donde Álvaro Noboa expresa: “Cada uno tenía luz propia y no podía haber dos capitanes en el mismo barco y yo, como él, quería realizarme con mis propias obras”.

²⁷ Recordemos que en el gobierno de Bucaram fue donde se comenzaron a manejar por vez primera las tesis económicas de Convertibilidad Monetaria en el País, posteriormente en el gobierno de Mahuad se aplica la dolarización a manera de convertibilidad, modelo monetario que subsiste hasta el día de hoy en el país y del cual Noboa ha sido fiel defensor en todos sus discursos de campaña. Véase en página electrónica de Álvaro Noboa, www.prian.org.ec

En algunos países y con matices diferenciados han producido paradójicamente una política de la antipolítica. Su núcleo es una política electoral llevada a cabo por actores ajenos al sistema político –los outsiders-que compiten en el juego electoral con recursos sacados del arsenal de una crítica radical contra los partidos y las élites políticas establecidas. Los outsiders, personajes sin pasado político, desarrollan su acción en el terreno de la democracia, pero atacando implacablemente a sus protagonistas principales los partidos (Tradicionales).²⁸

El contexto en el que surge Noboa como candidato a la presidencia puede observarse como un espacio de crisis institucional y pérdida de credibilidad (y con ello de legitimidad) en los partidos políticos y en el Estado (visualizado en los gobiernos de turno) caldo de cultivo para discursos redentores (Mayorga 1995).

Es interesante cómo la figura apolítica de Noboa sirve de filtro en el imaginario de los electores ecuatorianos, a pesar de que puede hacerse un enlace directo de la herencia populista que Noboa tiene con el estilo político bucaramista, él es visto como una figura nueva, extraña a la corrompida escena política ecuatoriana: “...Habían amigos que me decían si Álvaro Noboa es presidente, ¿qué va a robar? Si todo tiene? ... Un líder político es un Rodrigo Borja, Un León Febres Cordero...de otros, pero Álvaro Noboa nunca fue un político...”²⁹

Es importante señalar que Noboa (cuya vida estaba dedicada al mundo de los negocios nacionales e internacionales) tres semanas antes de aceptar su candidatura a la presidencia por el PRE en 1998, dijo que no se postularía ya que en su entorno giraban otras responsabilidades, acababa de tomar las riendas del Grupo Económico Noboa.

Algunos diarios del país (El Comercio en sus análisis sobre la campaña electoral del 98) determinaron que Noboa se negó a la candidatura de manera estratégica, pensó que no era correcto; sin embargo, antes del cierre de las inscripciones aceptó su candidatura.

Auspiciado por el Partido Roldosista Ecuatoriano - PRE, la figura de Álvaro Noboa causa fulgor a lo largo del país, muchos lo “apoyan y otros lo condenan” tras la

²⁸ Mayorga hace alusión a los nuevos populismos y a la antipolítica que los acompaña desde el desencantamiento coyuntural de los partidos políticos y de su erosionada legitimidad, en el caso del PRE la figura de su máximo líder lo condujo a un gran debilitamiento, pero no fue el caso solo de este partido, vemos como la crisis política de los partidos es un telón de fondo durante todo el período democrático en el Ecuador (Mayorga, 1995).

²⁹ Entrevista realizada por la autora a ex trabajador Molinos Poulter, septiembre de 2009.

imagen del líder máximo del PRE, Abdalá Bucaram *el loco*, recorre el país y va ganando “credibilidad e individualidad política”.³⁰

¿Podría decirse que la herencia populista de la experiencia del PRE es la que Noboa adopta a lo largo de toda su carrera presidenciable, trazándole un lineamiento electorero inorgánico en un inicio pero fuertemente sostenido en el imaginario popular que respaldaba al PRE? Más adelante, se analiza cómo su participación directa con el PRE puede haber suplido la inexperiencia política de Noboa en su primera campaña, táctica de la que se benefició pero que aparentemente no ha sido suficiente para que pueda sostener su campaña en el tiempo, por lo que la posibilidad del uso de sus recursos económicos en la conformación de redes clientelares de apoyo electoral, se vuelve una realidad cada vez más palpable en esta investigación.

El 12 de julio de 1998 finaliza el proceso electoral, a pesar de la popularidad con la que contó y de la gran acogida dentro de los postulantes a la presidencia del Ecuador pierde la contienda y se proclama como Presidente del Ecuador a Mahuad, Demócrata Popular.³¹

Una vez oficializados los resultados, el PRE y Noboa denuncian un supuesto fraude electoral, estos resultados fueron significativos para que Noboa planifique una posible entrada al mundo de la representación política sin contar ya con el respaldo de la maquinaria política que le ofreció el PRE hasta ese instante, poco tiempo después, las relaciones políticas que unieron a Noboa y a Bucaram se resquebrajan “demostrar que no necesita de la sombra de otro para lograr su aspiración, la Presidencia.”³² Será la tónica de los desencuentros entre ambos políticos:

³⁰ Véase cronología propuesta como anexo en este trabajo investigativo: Noticia 1.

³¹ La contextualización que se hace en este estudio de la crisis económica y política que vivió el Ecuador en el capítulo I, da cuenta de la intervención de Mahuad en este periodo. También se confirma que Noboa parte como actor político en un escenario de crisis financiera y política en el país.

³² Véase cronología: Noticia 2.

Oye Wilson ¿Qué es un papelito blanco que la gente me enseña?, yo le digo que es: Abogado yo mande a hacer unos carnets, y me dijo: sigue no más. Llegamos a tener cerca de un millón de afiliados y se justifica porque mucha de la gente que no quería apoyar al candidato roldosista se paso al nuestro, no se olvide que meses antes con el líder del PRE habían terminado abruptamente, entonces en esa misma lista era candidato a la presidencia, así en la primera manifestación que hicimos la encabece yo y hubo rechazo de la gente porque decía después de todo el PRE pone candidato a la presidencia, pero después al seguir, vi como las cosas iban cambiando, muchos ya reconocían que Álvaro no era un candidato del PRE como lo decían los medios, porque todos los medios decían que él era el candidato roldosista, hasta que poco a poco se convirtió en un apoyo masivo... los medios pensaban que eran roldosistas pero en realidad eran alvaristas... (Sánchez, entrevista, 2004).

Desde el mes de septiembre de 2001 Noboa da inicio a la configuración de su propia maquinaria política, su candidatización dependerá ahora de la capacidad que tenga de enlazar su experiencia política anterior con los recursos (materiales e inmateriales) que cuenta, la carrera por el poder como candidato independiente, contó con varios simpatizantes y militantes roldosistas³³ que lo apoyaron en la búsqueda de un movimiento propio que le de la solidez necesaria en los próximos escenarios electorales.

Esta iniciativa dio lugar a una campaña de afiliaciones por todo el territorio ecuatoriano, la capacidad de movilización personal de Noboa le permitió organizar su nueva base electoral, la misma que desde un inicio procuró ampliar la perspectiva regional del candidato para poder introducirse en bastiones electorales de la Sierra y del Oriente ecuatoriano.

Su proyección, podría decirse, apuntaba a mercados electorales (Mayorga, 1995) renovados y cercanos a sus múltiples negocios, tal como se demuestra en el III capítulo de este análisis.

Así surge el Partido Renovador Institucional Álvaro Noboa (PRIAN) que según los entrevistados Vásquez, Izurieta y Sánchez co-fundadores del partido, éste se inicia reclutando profesionales independientes y empresarios, para conformar los potenciales cuadros provinciales y nacionales, todo ello, con la finalidad de ser reconocidos legalmente ante el Tribunal Supremo Electoral de ese entonces.

En el proceso de reclutamiento de los alvaristas se configuraría una verdadera red de apoyo clientelar, sus seguidores y hombres de confianza se encargaron de ganar

³³ Véase cronología: Desde Noticia 3 hasta Noticia 10.

adeptos estratégicos a lo largo de las provincias, Sánchez asegura que el PRIAN cuenta hasta hoy con presidentes de sindicatos de chóferes, de federaciones profesionales, dirigentes de empleados, comerciantes, empresarios y representantes barriales “...acuden voluntariamente, porque creen en él aún sin verlo, lo apoyan y respaldan sus ofertas electorales...”

De La Torre determina que (a través de varias perspectivas teóricas como las de: Durkheim, Randal, Collins, Auyero y otros) los altos niveles de filiación inter-subjetiva que generan los punteros partidistas dentro de sus organizaciones políticas con sus intermediarios más directos, pueden ser leídos a través de un vínculo simbólico en el que el intercambio clientelar se transforma en una especie de ritualidad religiosa que opera como fuente de sentido en la construcción de los mediadores en el entramado político clientelar del PRIAN como actor político de representación: Las personas cercanas a los caciques comparten su visión de qué es la política, sienten gratitud hacia quienes les ayudan... los primeros caciques locales tratan de demostrar su fuerza a los liderazgos nacionales, que se evidencia en el número de personas que convoca... todos estos rituales se basan en cómo las redes de los partidos políticos movilizan para que participe su gente (De La Torre, 2008).

Es necesario entonces observar las prácticas concretas de movilización política que pusieron a caminar posiblemente al PRIAN como una de las mayores maquinarias políticas de los últimos años en el Ecuador a través de las dirigencias cercanas a Noboa, situación que se detalla anteriormente en este análisis:

“El origen de mi partido es desde cuando el abogado Noboa decide participar en las elecciones como candidato presidencial, yo como amigo de él me puse a las órdenes, una vez que se inscribió la candidatura empecé solo apoyando al amigo, porque pensé que era beneficioso para el país... con mi plata mandé a hacer cincuenta mil carnets de afiliación para que apoyen a Álvaro, lograr eso era bastante... armé una central y para mi sorpresa en cuestión de días las cincuenta mil afiliaciones quedaron en nada, mande a hacer cincuenta mil más y luego ciento cincuenta mil que resultaron estrechas...” (Sánchez, entrevista, 2004).

Las declaraciones de Wilson Sánchez permiten ver que sus condiciones materiales también fueron decisivas al momento de crecer como partido político³⁴, su simpatía y filiación con Noboa se remite al campo de la inter-subjetividad reforzada por sus vínculos de clase y situación económica concreta, por lo menos con sus colaboradores más cercanos pero ¿qué sucedió con los alvaristas en los siguientes períodos electorales? ¿Acaso las actividades clientelares que Menéndez Carrión plantea no fueron suficientes para calar en el imaginario de los posibles clientes-electores? Las preguntas darían pistas de las posibles respuestas que se pueden encontrar a lo largo de los testimonios y datos del proceso de conformación, surgimiento y consolidación del PRIAN.

Concluida la campaña de reclutamiento el PRIAN presentó 263.035 firmas ante el Tribunal Supremo Electoral (TSE), organismo que advirtió al partido sobre los excesivos gastos en la campaña electoral de Noboa, a pesar de las prohibiciones dictadas por el organismo de control electoral, Noboa ya había aparecido en la televisión en varias ocasiones, agotando su gasto electoral cuantificable.³⁶ Las constantes impugnaciones sobre siglas y colores usados por el PRIAN fueron vistos por los partidarios como una forma de contra-atacar a la candidatura de Noboa por parte de los políticos tradicionales, quienes serían los más afectados por la cada vez más sólida presencia del PRIAN en la arena política.

Sánchez a través de un comunicado de prensa anuncia que: “El TSE en repetidas oportunidades, en actitud contraria a la voluntad popular ha obstaculizado de la forma más increíble el trámite para que no se apruebe la inscripción y aceptación del PRIAN como partido”³⁷, aduce que esto se debe a que la clase política reinante se siente nuevamente amenazada por la posible participación en los próximos comicios

³⁴ Ciento cincuenta mil carnets de afiliación representan un monto monetario significativo para la mayoría de personas en una sociedad de economía precaria como la ecuatoriana, Sánchez evidentemente responde a una clase social ligada a Noboa, con un gran poderío económico.

³⁵ Datos tomados del Tribunal Supremo Electoral. Véase Cronología.

³⁶ Por ejemplo, para el período presidencial 2002 tenía el 30,79% del acumulado de gastos de todos los once binomios presidenciales inscritos para la contienda que fue de 8.302.930,57. El presupuesto fijado era de máximo 1.139.882 millones de dólares por candidato, el gasto de Noboa fue de 3.053.326,02 millones de dólares. Véase: Observatorio electoral en www.participaciónciudadana.org.ec.

³⁷ Entrevista realizada por la autora a Wilson Sánchez, 2004.

electorales de Álvaro Noboa, quien es el “Líder nacional del cambio en contra de los políticos”³⁸.

El 16 de enero de 2002 el TSE emite un fallo en el que se señala que: “Para ser reconocido el movimiento como partido deberá cambiar el nombre de Álvaro Noboa, pues no puede llevar nombre de una persona viva, tampoco puede ser independiente, de igual manera deberá cambiar el rojo de su bandera, ya que no es posible tener ningún color patrio”, el nombre fue sustituido por el de Partido Renovador Institucional Acción Nacional, con respecto a los colores se dijo que “la palabra PRIAN aparecería sobre un rectángulo celeste con amarillo”.³⁹

Finalmente el TSE para el día 10 de abril de 2002 desecha las impugnaciones presentadas en contra de la calificación del PRIAN por parte del PRE y del Partido Libertad. Según Wilson Sánchez, hombre de confianza de Noboa estos acontecimientos sirvieron para afianzar la imagen de Noboa cuando manifiesta al diario El Expreso el día 10 de abril de 2002 que: “...Ha sido una lucha larga y difícil pero no existe rencor. Álvaro Noboa será candidato a la Presidencia y no volverá a pasar lo del 98. Hoy empieza una nueva etapa con paso firme para construir el nuevo Ecuador que proponemos...” (Sánchez, 2004).

Inmediatamente el PRIAN ratificó la postulación a la Presidencia del empresario independiente Álvaro Noboa. Sin embargo, el “ataque continuaría” y el deseo de que Noboa no sea candidato se acrecienta, esta vez los juicios familiares salen de nuevo a la luz.⁴⁰ Noboa llevó durante años conflictos judiciales con sus seis hermanos y la viuda de su padre Mercedes Santistevan por la cuantiosa fortuna que éste dejó, dicho conflicto alcanzó su punto culminante en el gobierno de Bucaram, un mes antes de que éste pierda el poder amenazó públicamente con expropiar los terrenos de la hacienda El Batán en la vía Guayaquil – Samborondón de Ernesto Estrada, hijo de Santistevan, a quien obligó así, según fuentes de la familia a llegar a un acuerdo con Álvaro Noboa.

Luis Noboa Naranjo habría diseñado una compleja fórmula para su sucesión. Disolvió su sociedad de bienes conyugales con la señora Mercedes Santistevan, su segunda esposa con quien estuvo casado durante 22 años y con quien no tuvo descendencia. A ella le traspasó 48% de las acciones de las empresas y el 48% debía

³⁸ Página web oficial del PRIAN, www.prian.org.ec

³⁹ Véase observatorio electoral www.participaciónciudadana.org.ec

⁴⁰ Véase cronología: Desde Noticia 8 hasta Noticia 11

distribuirse entre sus seis hijos. El 4% restante, que a la postre significaba el control administrativo del imperio, lo puso en un fideicomiso: el Club Angalá S.A., cuya fiduciaria a perpetuidad debía ser la señora Santistevan y a cuya muerte, el 4% de las acciones debía traspasarse así: 1.5% a Isabel Noboa Pontón, 1.5% a María Elena Noboa Pontón, hijas del magnate, y 1% al nieto Luis Noboa Ycaza.

Todo este complejo arreglo, que se convirtió en un secreto a voces, debía entrar en efecto una vez leído el testamento solemne que firmó Noboa Naranjo ante el cónsul ecuatoriano en Nueva York, pocos días antes de su muerte -marzo del 94-. Pero por un raro misterio, el sobre que contenía la copia del testamento fue abierto en el trayecto entre Nueva York y los juzgados ecuatorianos. Esto fue la semilla para que se inicien múltiples litigios entre los herederos. Los dos hermanos Noboa Pontón: Álvaro y Luis, siguieron estrategias judiciales paralelas para impedir que en la práctica se lleve a término la apertura del testamento y que la viuda Mercedes Santistevan termine administrando el conglomerado empresarial.

Argumentaron en sendos procesos, que no podía darse la disolución de la sociedad de bienes entre la señora Santistevan y su padre Luis Noboa, porque no existió sociedad conyugal, ya que el matrimonio de los dos se efectuó en Nueva York y debía regirse de acuerdo a las leyes norteamericanas. Por otro lado, ambos impugnaron la validez del testamento.

De declarárselo nulo, el reparto de los bienes se realizaría no de acuerdo al testamento, sino a las leyes ecuatorianas sobre bienes intestados, es decir se daría a partes idénticas entre los herederos. Los juicios por la herencia hubiesen seguido el tortuoso camino de todos los litigios, en una sociedad donde la justicia es corrupta, lenta e ineficaz, de no mediar una situación política que terminó por favorecer los intereses de uno de los demandantes: Álvaro Noboa Pontón.

En agosto de 1996 subió al poder Abdalá Bucaram y Álvaro Noboa fue nombrado presidente de la Junta Monetaria. Hasta ese momento, dos de las hijas de Noboa, María Elena e Isabel estuvieron alineadas con la viuda e inclusive la respaldaron en comunicados de prensa contra su hermano Álvaro. “Nosotras sus hijas hemos tratado de que se aperturase -el testamento- para conocer la última voluntad de nuestro padre, pero de manera inexplicable se ha impedido el conocimiento del mismo...” (Vistazo, 2006). En los juicios, Álvaro argumentó que él no solo se representaba a sí mismo, sino

que tenía dos poderes adicionales: el de su hermana Diana casada con Omar Quintana y el de la menor de todos, María Leonor.

El poder de María Leonor fue concedido en 1979 y en los juicios se convierte en uno de los puntos de mayor discusión; pues el abogado de la viuda, Gonzalo Noboa Elizalde, primero y después los abogados de Luis Noboa Pontón, argumentan que el poder es inválido, ya que María Leonor se casó después y nunca revocó el poder porque no podía hacerlo, porque se encuentra gravemente enferma, como lo certifica el doctor Carl Feind del Columbian Presbyterian Hospital de Nueva York.

En todo caso, en primera instancia, la viuda de Noboa Naranjo ganó el juicio sobre la existencia de la sociedad conyugal, pues el matrimonio fue registrado en Nueva York en el consulado ecuatoriano y posteriormente inscrito en el país. Además, la disolución de la sociedad conyugal se inició en 1990 y fue sentenciada en 1993, por el Juzgado Quinto de lo Civil y protocolizada en enero de 1994, en la Notaría 30. Si existía la sociedad conyugal, entonces, era legal la disolución de la misma y el hecho que le corresponda a la viuda 48% de las acciones de las empresas.

Al ser nombrado Álvaro Noboa, presidente de la Junta Monetaria, el curso de los juicios tomó otro rumbo. La Bananera Noboa, la joya de las empresas del imperio Noboa fue intervenida por la Superintendencia de Compañías en diciembre de 1996. La intervención determinó, que se dé una ruptura entre Isidro Romero, esposo entonces de Isabel Noboa Pontón y la viuda por discrepancias en torno al manejo del juicio de intervención.

El abogado de la viuda, Gonzalo Noboa no estuvo de acuerdo con el recurso de amparo pedido por los abogados de Romero -el estudio jurídico Haiz Moeller político socialcristiano -. Ello generó rumores de que Romero sería reemplazado en la dirección de la bananera por Pedro Gómez Centurión, ex gerente general de Filanbanco, entidad financiera que quebró durante la crisis económica de 1999. Como consecuencia, las dos hermanas Noboa Pontón se alinearon con su hermano Álvaro.

La estocada final la dio el ex presidente Abdalá Bucaram, en un sorpresivo anuncio dijo que podría declarar de utilidad pública los terrenos de la hacienda El Batán, de propiedad de la familia Santistevan. Los terrenos ubicados en la zona de mayor plusvalía de Guayaquil, habían pertenecido por generaciones a la familia de la viuda de Luis Noboa Naranjo.

Al anunciarse la candidatura a la Presidencia de la República por parte de Álvaro, su hermano Luis emprendió una virulenta campaña de prensa, en la que lo acusó entre otras cosas de: haber intentado declarar interdicto -incompetente mental- a Luis Noboa Naranjo para desconocer los actos legales de su padre, según los cuales lo marginaba de la administración de las empresas; de haber hecho aumentos de capital en las empresas con el dinero de los bienes no repartidos y de haber repartido bienes que no le correspondían.

Entre ellos, los supuestos 25 millones de dólares, que su hermana Isabel habría entregado a Isidro Romero, producto de su divorcio, de acuerdo con lo firmado con la señora Santistevan. Ante la decisión de la Corte Suprema de entregar la administración empresarial a Luis Noboa Pontón, en el Juzgado 22 se leyó el testamento. Con ello, Álvaro impidió la posesión de su hermano como administrador del imperio económico. En teoría el testamento es inválido y las disposiciones testamentarias no tendrían ningún valor. Sin embargo, el testamento ya fue inscrito en el Registro de la Propiedad y los beneficiarios de las acciones han comenzado a retirar las mismas en las compañías respectivas.⁴¹

A esto se debe sumar “la serie de demandas judiciales, que por coincidencia se presentaron en el Guayas, referidas a supuestos delitos, que estarían incurso en la prohibición constitucional para ser candidato” (Rodolfo Baquerizo, Expreso 23 de abril de 2004).⁴²

La candidatura se oficializó el 23 de mayo de 2002 y en su primera rueda de prensa Noboa se limitó a decir que las estrategias para estructurar su plan de gobierno dependen de todos los ecuatorianos invitándolos a formar parte de su campaña, invitó también a los partidos políticos para que se sumen a su iniciativa y así poder armar su propuesta presidencial (El Universo, 23 de mayo de 2002).

Durante y antes del proceso de campaña Noboa vuelve a atravesar por una serie de problemas, por un lado están los familiares, con su hermano Luis Noboa y sus sobrinas, hijas de su hermana muerta María Leonor, por el testamento de su padre (El Comercio, 6 de junio de 2002 y El Hoy, 19 de junio de 2002), y por el otro con sus

⁴¹ Véase Revista Vistazo #742. 2006.

⁴² Véase Cronología: Noticia # 11

trabajadores de la Hacienda Los Álamos y la explotación de menores de edad en las bananeras (El Hoy, 28 de mayo de 2002).⁴³

Posteriormente los abogados de Noboa indican que:

Los problemas laborales que se han presentado en Los Álamos tienen matices políticos, que tratan de dañar la imagen del candidato presidencial por el PRIAN, y a su vez reconocen que los empleados no tienen parte de los beneficios que reclaman ante la Subsecretaría de Trabajo, se comprometen a crear dispensarios médicos, construir y reparar viviendas y dotar de uniformes y equipos de protección.... (El Hoy, 28 de mayo de 2002).

El asunto se empeorará cuando el TSE le hace un llamado de atención por apresurar su campaña electoral a lo que él responde como una privación de su libertad de expresión pues lo único que él pretendía hacer es dar a conocer a la ciudadanía el mensaje de promoción de su organización e invitar a todos los y las ecuatorianas a fundar el Nuevo Ecuador con la ayuda de Dios... (El Comercio, 03 de junio de 2002).

Álvaro Noboa criticado por no poseer un discurso⁴⁴ y hacer de su campaña un mercado clientelar, se lo reconoció como el candidato Quaker (El Hoy, 05 de junio de 2002), como el hombre al cual le acompañaba una bella esposa –Anabella Azín-, intelectual, culta, la pionera de su primera gran red clientelar, que es la Fundación Cruzada Nueva Humanidad. (El Universo, 13 de agosto de 2002) Es así como este candidato, sin un plan de gobierno concreto, llamando a todos los sectores a conformar el nuevo Ecuador, se posesionó en la lid electoral como el más favorecido a vencer la contienda electoral del 2002.

Cabe señalar que durante la primera vuelta, el candidato Noboa se mantuvo al margen usando la estrategia del silencio, la cual jugó en su contra, se negó a participar en debates, eludió las entrevistas y evitó todo tipo de confrontaciones, fue el único candidato que no firmó el compromiso de transparencia de Participación Ciudadana.

Esta inmovilidad no pudo ser opacada por el cambio al que fue sometido por parte de su asesor político en la segunda vuelta, quien trató de hacer de él un verdadero

⁴³ Véase Cronología: Noticia # 12 “Nueva denuncia contra Álvaro Noboa Pontón: La sobrina del precandidato presidencial pide cuentas de su herencia Natalia Noboa Sicre señaló que su tío Álvaro Noboa se dijo su apoderado y a partir de eso no ha dado cuenta de cuota de herencia que le corresponde, ni de la forma de administración de ese capital”.

⁴⁴ Rodolfo Baquerizo en una entrevista al diario El Expreso manifestó que Álvaro Noboa no se presentaba ante la prensa puesto que existe prohibición legal de no hacer campaña antes de lo indicado y que de hacerlo estaría condenado a perder sus derechos políticos lo cual sería sacarlo elegantemente del medio.

orador⁴⁵, creador de sus propios espacios políticos e incluso busco debatir con su contendor (Gutiérrez), al final terminó por enterrarlo (Vistazo, 2002) pierde las elecciones con una diferencia del 8% (440mil) frente a su opositor el Coronel Lucio Gutiérrez, sin embargo, señaló que optará por ser candidato en las próximas elecciones a la Presidencia del Ecuador.

La descripción de los sucesos iniciales de la carrera política de Álvaro Noboa, señalan que su discurso electoral responde a lo que De La Torre describe como una de las claves exitosas que acompañan a ciertos actores políticos en circunstancias concretas: “Para que funcionen las estrategias populistas deben asentarse en las formas de representación política existentes y en las tradiciones discursivas disponibles. Estas estrategias se basan y hacen uso de marcos discursivos maniqueos” (De La Torre, 2008). Ya que el discurso que esgrime como figura pública mesiánica se contrapone a la serie de problemas legales que persisten en su vida empresarial y privada; lo que determina en el imaginario de ciertos sectores de la clase media y media alta una práctica inmoral y poco digna⁴⁶ propia de un nuevo rico que no tiene escrúpulos frente a su necesidad de conseguir el capital económico necesario para poder acceder a las esferas políticas decisivas.

Más adelante se analiza estos y otros dispositivos de blanqueamiento y desplebeyización a los que acude Noboa para poder responder de manera efectiva a la clase social a la que pertenece.

Aquí se puede vislumbrar ya uno de los puntos flacos de la maquinaria clientelar de Noboa, su discurso no logra calar en el imaginario de los sectores que están más

⁴⁵ Véase cronología: Noticia # 15: “Álvaro Noboa contrata a prestigioso asesor político internacional para su campaña, a través de su asesor de imagen contrató a Joseph Napolitan considerado como el gurú de la consultoría política en el mundo...”

⁴⁶ “...Desde aquí serán, a nuestro parecer, tres los elementos que permitirán la identificación entre los *forajidos*: la primera su identificación como clase media, que establece límites tanto con la clase dominante, así como con lo popular... La construcción de lo ético, fue el soporte de la relación entre el reconocimiento del “forajido” como ciudadano... a esta percepción se contrapuso la concepción de corrupción... Si miramos el discurso de dignidad o merecimiento, fue el impulso moral que configuró la reivindicación de la coyuntura, esa relación de merecimiento que expresa la palabra dignidad se traduce en el bien común de unos cuantos al discurso de todo un conglomerado; retrocediendo un poco vemos que el ciudadano se transforma en un sujeto digno, a través de un sistema de merecimientos Este discurso ético, se liga en cierta medida, al último elemento de análisis que quisiéramos plantear sobre la identidad quiteña de la movilización y a partir de esto brindar pautas para comprender: porque fue, principalmente, la gente de Quito la que se movilizó...” Véase en archivo. “Conflicto Social: Discursos y Actores en las Jornadas de Abril” 2008, www.nidecreer.wordpress.com

cercanos a las instancias electorales como lo menciona Menéndez Carrión, quien enuncia que las condiciones de marginalidad económica y social también ubican a las sociedades en una dinámica de marginalidad política.

El desarrollo de las prácticas discursivas de Noboa se verá ampliado en los últimos capítulos de este estudio, allí se enlazará el análisis previo de la maquinaria clientelar alvarista, su bombardeo mediático más allá de la contienda electoral y, el real alcance de las redes clientelares con las que Alvarito cuenta para alcanzar o no la Primera Magistratura.

Mis amigos los Rockefeller y el jet set internacional

La estrategia mediática de Noboa ha estado cargada de imágenes megalómanas acompañadas de discursos escuetos, los videos en los que se apreciaba los éxitos y triunfos, el roce social con el jet set, el bautizo de su hijo apadrinado por Bobby Kennedy Jr., en la Catedral de San Patricio en New York lo relacionarían con lo que De La Torre (En “Un solo Toque” al describir la figura de Bucaram) denominaría como la forma a través de la cual se vivifican los sueños del hombre común.

Esta vivificación fortalece los imaginarios hegemónicos de poder y riqueza a los que las clases subalternas se ven expuestas todo el tiempo a través de la masificación informativa desplegada por los *mass-media*. El cuento de hadas es transmitido en vivo y en directo en el espacio mediático al cual puede acceder Noboa, su estrategia comunicacional evade la necesidad de expresar de manera clara y programática sus propuestas políticas reemplazándolas con las figuras del jet-set que lo acompañan en su cotidiano.

De la Torre analiza los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia y señala que la televisión está rápidamente transformando la manera en la que los candidatos son creados, vendidos y consolidados, sin embargo, la propaganda y las apariciones en TV no necesariamente ayudan a ganar una elección. La televisión no ha reemplazado a las maquinarias electorales de los partidos políticos, ni al clientelismo, ni a los mítines masivos en el Ecuador. Reflexión que permite entender que si bien la mediatización es fundamental en los procesos electorales contemporáneos las redes clientelares directas siguen siendo las estructuras bases de los partidos políticos en el Ecuador.

En el capítulo final se hará un acercamiento a las redes de apoyo mediático de las que Noboa se rodea, la imagen del candidato se sostiene en el despliegue propagandístico de la multiplicidad de recursos que éste ofrece y que podría ofrecer dentro del espacio de la vida cotidiana de los ecuatorianos. Más adelante, apreciaremos cómo a pesar del despliegue multimillonario de actividades enfocadas a cooptar el voto de los ecuatorianos, Alvarito sigue siendo el eterno candidato.

Álvaro Noboa: El eterno finalista

A diferencia de los mítines que condujeron al triunfo de Bucaram y de Correa, los de Álvaro Noboa en la campaña del 2006 solo tuvieron éxitos en los círculos más cercanos a sus redes (De La Torre 2006) Para los curiosos y los más lejanos se trato de actos aburridos, pese a que el multimillonario a veces contrató a grupos de música de reconocida fama. Noboa repitió un mismo guión en que el mitin político estuvo acompañado de un show artístico y por la entrega de medicinas, etc.... para quienes estaban más lejos se trataba de demostraciones largas y aburridas de la caridad de un rico. Es por esto que una vez que terminaban los números musicales, la gente se retiraba mientras Noboa disertaba (De La Torre, 2008).

¿Por qué Noboa sigue siendo el eterno finalista? Hasta aquí hemos descrito los primeros pasos del abogado Noboa, es necesario observar el proceso en el que se ha mantenido el PRIAN en el espacio político para poder entender el contexto de la configuración de una maquinaria clientelar, a pesar de que las múltiples contiendas electorales han debilitado la imagen de Noboa como un posible actor político elegible su partido político se ha transformado en una de las fuerzas legislativas definitivas en el proceso decisional del Ecuador actualmente.

El despliegue de una maquinaria clientelar propagandística aparentemente ha sido la responsable de la continua inserción de los candidatos prianistas en el espacio de la legislatura y gobiernos locales. Si se hace referencia a la continua candidatura de Noboa durante más de diez años es para mirar la construcción de las redes clientelares en los partidos ecuatorianos como un proceso estructural que se prolonga en el tiempo y el espacio de la vida política que responden a proyectos que pretenden disputar la hegemonía decisional del Estado.

Pero ¿Por qué Noboa se mantiene en la contienda electoral como figura presidenciable?

Hubo un equilibrio como en todo movimiento de participación nacional impulsado lógicamente por la algarabía, el esfuerzo la dinámica que ponían todos sus participantes, sus candidatos, pero poco a poco ha ido decayendo por la aparición de nuevos movimientos y partidos políticos a nivel nacional, se necesita retomar nuevamente... (Vásquez, entrevista, 2009).

La referencia que hace De La Torre a la última postulación de Noboa a la presidencia indica el desgaste discursivo que ha sufrido Noboa a lo largo de los años; sin embargo, logra colocarse como la segunda candidatura más opcionada: el eterno finalista no ha perdido el tinte paternalista de sus primeros discursos en los que sus continuos ofrecimientos aparecerían como una especie de As bajo la manga en el imaginario de algunos ecuatorianos:

Puede que ahora no gane, pero le ha puesto tanto empeño al asunto que de por sí ya es como ganador... verá no más, con toda la plata que tiene un día aparece sentado en ese sillón, la plata para desgracia es la que manda hoy en día y si ahora no pudo va a ver como sigue intentando, la gente tan cansada que está algún día le ha de dar el voto porque algo, algo siquiera sí ha dado a la gente... (Ex – trabajador Molinos Poulter, entrevista, 2009).

El estrecho vínculo entre el poder económico y el poder político que se enclava en el sistema de representación democrática en América Latina devela la compleja construcción social en la que estamos inmersos, el campo de la representación política responde al juego de intereses privados que se disputan en los sectores dominantes de la sociedad enmarcados por las reglas de la capacidad de acumulación de capitales materiales y simbólicos en el espacio público que estos actores logran detentar.

A lo largo de este capítulo, se observa el papel decisivo de la fortuna de Noboa en el despliegue de su maquinaria política durante más de una década y cómo ésta le ha permitido infiltrarse en los imaginarios de las distintas clases sociales que conforman la estructura civilizatoria a la que la historia contemporánea responde.

El espectro que abre las preguntas que han surgido hasta este punto con referencia a Noboa nos llevan a asentar la investigación en la provincia de Cotopaxi con el fin de rastrear algunos de los espacios en los que la figura de Noboa se ha fortalecido desde el principio de su carrera política.

Sus negocios, sus cruzadas humanitarias y su partido político darían cuenta de la construcción de redes clientelares inacabadas que se proyectan más allá de la propia

figura de Noboa aunque haya sido ésta el principal eje material de la configuración de la maquinaria clientelar prianista.

CAPÍTULO III LA TRILOGIA Y SUS REDES CLIENTELARES

Para abordar el tercer capítulo de este estudio se considera los acercamientos teóricos realizados en los primeros capítulos del mismo. Las conceptualizaciones recogidas para comprender el fenómeno político prianista en un territorio concreto del Ecuador, (ciudad de Latacunga- Provincia Cotopaxi) permiten comprender cómo el entrelazamiento de aparatos económicos y sociales es responsable en gran parte del catapultamiento de Noboa al escenario político decisional actualmente en todo el territorio nacional, a través del despliegue de una verdadera maquinaria política clientelar.

Se abre en este acápite, la descripción de los tres elementos escogidos para poder sostener que la conformación de las redes de apoyo político alrededor de la figura de Álvaro Noboa están estrechamente ligadas a la maquinaria clientelar que Noboa despliega haciendo uso de los múltiples recursos materiales con los que su fortuna personal cuenta: Molinos Poulter y Fundación Cruzada Humanitaria serían decisivos en la constitución del tercer punto de acción electoral para Noboa: el PRIAN.

El enlace de la trilogía en Noboa se observa dentro del proceso de contienda electoral y por lo tanto de disputa del escenario político decisional, que es fundamental enunciarlo porque se pretende develar la lógica clientelar⁴⁷ que impulsaría a Noboa a constituirse como una de las fuerzas políticas con mayor aceptación en la última década en el Ecuador sin haber ganado las elecciones presidenciales hasta el día de hoy.

...El Estudio ha demostrado la importancia del clientelismo como factor preeminente en la definición de la naturaleza del comportamiento electoral de los actores... y su continua vigencia en el tiempo, dado un contexto sistémico que compele tanto a estos cuanto a los candidatos, movimientos y partidos que buscan su apoyo, independientemente de sus inclinaciones doctrinales, a recurrir a un comportamiento clientelar. La consecuencia: posponer, trabar o impedir, de hecho, tanto la emergencia o consolidación de partidos políticos... de bases programáticas coherentes... exentos de conflictos propios de los movimientos personalistas, como también la emergencia o consolidación de mecanismos alternativos de organización y apoyo político - mecanismos de ruptura de las modalidades de control social prevalecientes- (Menéndez Carrión, 2007).

⁴⁷ Entendiendo a lo clientelar tanto como la lógica intercambista entre desiguales como la lógica de lealtades a los liderazgos partidistas.

Cuando Menéndez Carrión hace referencia a las prácticas clientelares como relaciones de incidencia directa en el electorado, remite al clientelismo político a uno de sus ejes históricos fundamentales: la relación de dependencia económica en la que viven las sociedades periféricas y con ello la condición de dominación a la que se ven sometidos ciertos sectores de la sociedad en los contextos electorales.

Esta aseveración de la autora guiará el análisis de los dos aparatos económicos en los que sostiene el PRIAN, el tercero de los engranes de la maquinaria clientelar de Noboa; sin embargo, para analizar de qué manera el partido se alimenta de ambos aparatos (empresa y fundación) no es suficiente observar la perspectiva intercambista⁴⁸ que establece Menéndez Carrión.

Nosotros posiblemente no tenemos esas clientelas políticas, porque nosotros nunca ofrecimos a nadie de que si trabajas vienes a tal puesto. Yo como presidente o como Director provincial del PRIAN de la provincia del Cotopaxi en las asambleas yo decía: primero hay que llegar al poder y luego sentarnos a ver cuáles eran los mejores perfiles para ocupar la situación de cargos públicos de dirigencia. Es decir, nosotros no manejamos la cuestión clientelar más allá de estas situaciones, la estrategia ha sido vender la idea de que este país necesitaba riqueza, y que la única forma de generar riqueza y empleo en mi Ecuador era por medio de la inversión nacional, de crear empresas... Simplemente nosotros manejamos la cuestión de lealtad, es la palabra correcta dentro del ejercicio mental de la política en el PRIAN, lealtad a mis principios, lealtad a mis valores y lealtad con quienes trabajo, simplemente eso lealtad, si es que no hay eso no habrá política y no habrá servicio social... (López, entrevista, 2009).

Los distintos testimonios recogidos a través de entrevistas directas con los militantes o los miembros cercanos al partido develan la compleja relación que se genera entre los prianistas y Noboa, la continua negación de las prácticas clientelares por parte de López, Izurieta, Vásquez y Sánchez (colaboradores cercanos de Noboa dentro de sus empresas y dentro del PRIAN) a lo largo de las descripciones que hacen de la dinámica política del PRIAN, muestran el universo simbólico referencial a través del cual Auyero se acerca al clientelismo político: “Los testimonios sobre el funcionamiento del clientelismo son normalmente recogidos de los políticos de la oposición, de los periodistas, o –en el mejor de los casos –de líderes de organizaciones barriales. Sólo

⁴⁸ Favores por votos, tomando siempre en cuenta la dinámica de marginalidad estructural en la que está inserta el Ecuador.

esporádicamente se escuchan a los así llamados clientes, las razones que dan para explicar sus comportamientos (apoyar a éste o a aquel referente, asistir a los actos, etcétera), sus propios juicios acerca de lo que otros llaman (¿llamamos?) prácticas antidemocráticas.” (Auyero, 2002).

La multiplicidad de sentidos presentes dentro del fenómeno clientelar en Noboa permite establecer esas dos perspectivas de análisis complementarias y dialécticas, ampliando el enfoque que se les ha dado a las distintas maniobras de los actores y aparatos políticos en el Ecuador, los mismos que se sostienen en las complejas redes clientelares que se tejen en las estructuras de un sistema político lejano a la perfectibilidad sistémica que plantea el ordenamiento de la vida pública a través de un sistema democrático de representación funcional apartado de la perspectiva histórica y simbólica que atraviesa a toda América Latina: su situación de periferia.

Determinar que el clientelismo político se remite a prácticas antidemocráticas atentatorias al funcionamiento adecuado de una dinámica política ideal⁴⁹ no observa de manera profunda el contexto latinoamericano, Auyero en su enunciado propone que esa mirada reduccionista del fenómeno clientelar puede ser una mirada de un otro⁵⁰ que se asume con extrañeza frente a las dinámicas simbólicas que se han configurado al interior del proceso histórico de la sociedad latinoamericana, dinámicas que son ya parte de la institucionalidad, funcionamiento y ordenamiento de nuestras sociedades.

Noboa a través de un discurso crítico en contra de la partidocracia, ha sostenido al mismo tiempo su estrategia de acceso al poder por medio de la penetración de estructuras institucionales de representación desde el PRIAN: “...Ya en las elecciones

⁴⁹ Ideal en el sentido weberiano en donde los tipos ideales a los que hace referencia el autor (Weber) serían los que estereotipan a los actores políticos de un sistema democrático de representación auto-regulado y ordenado más allá de sus condiciones históricas. Véase: (Echeverría, 2000).

⁵⁰ Enrique Dussel en sus estudios sobre colonialidad y configuración de lo latinoamericano determina que la mirada eurocéntrica que atraviesa a Latinoamérica genera dimensiones casi personales que definen comportamientos públicos, palabras que reivindican posturas singulares concebidas con la naturalidad casi mística que la constitución de la modernidad latinoamericana aun conserva (desde una postura hegeliana diría este autor) la superación de la visión moral de la vida pública es la que canaliza los parámetros funcionales propios de un Estado, en el sistema de eticidad que establece el sentido absoluto de una ética primaria (natural y singular) y de una ética relativa (donde la subsunción de esa ética absoluta al sentido universal del mundo es la que la ordena a lo colectivo) que fundamenta el sentido del orden público como la única posibilidad de construcción del mundo, de lo moderno. Esto permite explicar esa mirada de un otro diferente, el latinoamericano (lo indio, lo cholo, lo pobre, etc.) es sinónimo de caos, es sinónimo de barbarie; por lo tanto el discurso hegemónico (dirigido desde las clases dominantes) que atraviesa al continente también sería un discurso eurocéntrico y sesgado a través del cual todo aquello que no responda al orden de la metrópoli sería un residuo bárbaro que hay que eliminar para ajustar la gramática funcional de una política *cuasi* perfecta. Véase: (Dussel, 1994).

de 2004, el PRIAN fue el partido que presentó la mayor cantidad de inscripción de listas a nivel nacional, gracias a la capacidad de inversión económica del Grupo Noboa, la más grande fracción del capital primario exportador de la economía ecuatoriana...” (Echeverría, 2007).

La necesidad de acceso a la institucionalidad política por parte de Noboa no solo se remite a esa traslación de la lógica personal a la vida pública propia de los outsiders latinoamericanos. Esta traslación da paso a la descripción del entramado clientelar más allá de los personalismos como una práctica propia del funcionamiento de la vida política en la modernidad latinoamericana. A continuación tres ejemplos concretos de lo que esto significa en el proceso político de Noboa como uno de los actores emergentes más significativos en los últimos tiempos en el Ecuador.

Maquinaria clientelar: Empresa, Fundación y Partido Político.

¿A qué podemos denominar maquinaria clientelar? Menéndez Carrión se acerca a lo que se podría determinar como maquinaria clientelar a través de la descripción de la máquina política⁵¹ a la cual define como un sistema clientelar institucionalizado.

En este análisis se hace referencia tanto a los aparatos (máquina) como a los mecanismos funcionales de la práctica política de Noboa. Hacer mención a la distinción que realiza la autora permite que se entienda como los mecanismos (es decir la maquinaria) de las estructuras económicas con las que Noboa cuenta pueden generar un universo simbólico de lealtades subjetivas que sostienen al PRIAN (y por ello a Noboa) como un aparato de acción ideológica supuestamente lejano a las estructuras partidistas tradicionales y por lo tanto liberadas de prácticas enraizadas en ellas como el clientelismo.⁵²

⁵¹ “Nota 139: Utilicé el término *máquina*, antes que *maquinaria* porque el primero es el reflejo fiel de la noción original (machine). En efecto, el término máquina alude a un aparato, o conjunto de medios que concurren a la realización de un efecto, que es exactamente lo que estamos planteando aquí. El término maquinaria, en sentido estricto, designa sólo a los mecanismos que dan movimiento al conjunto de medios como tal, antes que al aparato en sí.” (Menéndez Carrión, 2007: 95)

⁵² Aseveraciones de los leales (partiendo de los estudios de Auyero) militantes del PRIAN, evidentemente. Véase en anexos: Entrevistas con: López, Vásquez y Sánchez.

Las características básicas del patronazgo, las redes clientelares informales y las máquinas políticas son similares en las sociedades del centro y la periferia. En tanto en cuanto en las primeras los estándares de bienestar colectivo para las mayorías están relativamente institucionalizados, el clientelismo tiende a jugar... el rol de mecanismos informales de apoyo temporal... el punto aquí es simplemente que en los países del centro la precariedad socioeconómica afecta a una minoría de la población, antes que a las grandes mayorías, como sucede generalmente en los países de la periferia lo cual reviste implicaciones políticas diferentes... En sociedades de la periferia, donde la inequidad social y la precariedad e inseguridad socioeconómicas son características estructurales que afectan a vastos contingentes de la población, y donde la naturaleza de las instituciones formales preexistentes es excluyente... las relaciones clientelares tenderán a permanecer como vínculo social y político preeminente en la medida en que las condiciones que generan su eficacia persistan... (Menéndez Carrión, 2007: 101).

El enorme despliegue clientelar que ha generado Noboa desde sus primeros pasos en la carrera política no solo se sustenta en la atención y recursos que ha proporcionado a los diversos sectores marginales o empobrecidos del país, sino en los lazos de lealtad que ha logrado hilar en agentes claves cercanos a su círculo de producción económica:

Determinados ejecutivos entraron en la política como yo, entonces con la imagen personal más los círculos en los que hemos transitado en la vida privada y en lo personal llevando un mensaje de credibilidad, sirvió mucho para que en la parte central de Cotopaxi... sepan que somos una empresa seria, esto nos sirvió para que la gente tome confianza y esto más la vida institucional sirvió para que la gente vea como un alternativa válida de que llegue al poder político Álvaro Noboa (Izurieta, entrevista, 2009).

La lógica del Partido Renovador Institucional Acción Nacional podría homologarse a la relación de gerente-propietario en donde las posibilidades de acción de los trabajadores de la empresa estarían supeditadas a los deseos del líder empresarial, en el caso de los puestos gerenciales se daría una sensación de camaradería y cercanía con el patrón que implicaría un nivel más alto en el status de dependencia con los propietarios reales de los aparatos económicos, esta relación económica concreta genera en estos espacios una empatía con el líder, la relación se complejiza convirtiendo a aquellos personajes en lo que Menéndez Carrión denomina como miembros del *action set* de la figura candidatizable.

Esta relación emotiva de lealtades que se da en el espacio del equipo de acción es descrita por Auyero como esa red de resolución de problemas que parte del referente

o puntero (líder) hacia su círculo más íntimo sostenido en relaciones de parentesco y amistad que pueden ser reales o ficticias; generando un sistema de mediación entre el liderazgo superior del partido y sus simpatizantes o posibles electores: “La base para esta relación “fuerte” es múltiple. Aquellos que son parte del círculo íntimo conocen al mediador o al puntero desde hace un buen tiempo (usualmente por más de cuatro o cinco años), y los referentes les han *dado una mano* en situaciones de extrema necesidad...” (Auyero, 2004).

El apoyo que tiene el líder en su círculo íntimo es producto más que de la obligación, de la reciprocidad. Este sistema de reciprocidades da paso a una convivencia cotidiana y a una sutil asimilación de respuesta a favor del referente o puntero (líder) en la construcción de su espacio político, lo que implica un lazo relacional de reciprocidad que se prolonga en el tiempo y mucho más allá de la coyuntura electoral o del intercambio clientelar estrictamente político.

En los siguientes párrafos de este capítulo se aborda los mecanismos del aparataje económico y social que respalda al proceso de sujeción política y construcción de redes de apoyo a Noboa para poder entender la construcción de este proceso político dentro de la provincia de Cotopaxi.

Molinos Poulitier: un referente del PRIAN en Cotopaxi

...Si usted analiza cómo está el consumo de la harina en nuestra dieta diaria, en la vida de todos los ecuatorianos, es altísima, nadie se excluye del consumo de harina o de sal, por decir dos ejemplos, entonces si es que jugamos con esos fenómenos y nos asociamos a una campaña electoral, la percepción es que existe una persona lo suficientemente poderosa como para bajar a su antojo el precio de un bien que es apetecido y consumido en el mercado, especialmente en los estratos populares, es un producto que se comercializa por cupos, hay personas que hacen cola para comprar en el Molino, los transportistas hacen fila para ser beneficiarios de una cuota de transporte, es un círculo de poder. Si usted ve a la salida del Molino a una gran cantidad de transportistas de transporte pesado, dueños de tráiler, mulas, camiones, haciendo cola para ser beneficiario de una cuota de transporte por una semana, dos o tres, el aspecto clientelar funciona comercialmente con la maximización de utilidades. Es un elemento totalmente nuevo al menos en la política provincial... (Fabara, entrevista, 2004).

La provincia de Cotopaxi se caracteriza por sus altos índices en la producción de trigo y cebada, lo que convierte a esta tierra en la mayor exportadora y comercializadora de

ambos productos, alimentos indispensables y de consumo masivo en la dieta de la mayor parte de ecuatorianos.⁵³

El monopolio productivo y comercial Molinos Poulthier es la industria que se encarga del procesamiento de ambos granos en la mayor parte de la provincia. Su propietario y accionista mayor: Álvaro Noboa Pontón.

En la ciudad de Latacunga cabecera cantonal de la Provincia de Cotopaxi, en plena Sierra central del Ecuador con 143,979 habitantes (SISE, 2008) surge el PRIAN en el mismo año de conformación del partido a nivel nacional. La importancia de este Molino dentro del presente análisis, radica en que su enorme estructura e instalación industrial ha servido como sede logística en todas las campañas presidenciales a las que se ha postulado su dueño, el abogado Noboa.

Esta industria ha acaparado el mercado de distribución y comercialización del trigo, la cebada y el maíz en toda la sierra ecuatoriana, se encuentra en el corazón de la provincia, situaciones que le permiten generar fuentes de trabajo (300 personas de manera directa e indirecta en todo el proceso de comercialización de la harina)⁵⁴ y cubrir con las necesidades de quienes menos poseen.

Molinos Poulthier está inmiscuido no solo en la vida socioeconómica de Latacunga y de la Provincia de Cotopaxi, sino que a través de sus comercializadores, transportadores y expendedores ha creado un aparato logístico que ha servido en campañas políticas para promocionar las candidaturas de las listas 7 y del abogado Álvaro Noboa (Fabara, entrevista, 2004).

Este molino, cuya existencia data desde 1865, inicia su actividad productiva con el nombre de “Molinos Cunuyacu”, denominación que la adquirió debido al río cuyas aguas abastecen hasta la actualidad para el funcionamiento de esta empresa y cuyo nombre mantuvo hasta 1905.

En ese mismo año el ciudadano francés Arsenio Poulthier⁵⁵ quien llegó al país para trabajar como técnico en el montaje de molinos adquirió posteriormente los Molinos Cunuyacu llamándolo: Molinos Poulthier, en honor a su apellido.

⁵³ Véase Anexos: Cuadros estadísticos. Estos indican que la mayor cantidad de tierras cultivables y trabajadas en el agro están en manos de los grandes propietarios.

⁵⁴ Dato de conformidad a la nómina de personal de los Molinos Poulthier.

⁵⁵ Arsenio Poulthier, nació en San Ellies, Cantón Conches del Departamento de Enve, Francia, el 04 de junio de 1857. Su profesión fue molinero y vino al Ecuador contratado por la firma francesa LAFITE & CARPANTIER, para la instalación y montaje del molino “Miraflores”, ubicado en la ciudad de Ambato –

A la muerte de Arsenio Poulter en 1921, el molino pasa a manos de la viuda, quien en 1941 se lo vende a Enrique Bueno Guzmán, y desde entonces la tenacidad y espíritu industrial del nuevo propietario hacen que en poco tiempo empiece la transformación y modernización del molino, convirtiéndolo en una empresa de gran envergadura a nivel nacional.

Molinos Poulter dirigido por la familia Bueno se convierte en uno de los consorcios industriales con más capacidad de reclutamiento de la fuerza de trabajo de la población de la ciudad de Latacunga, llegando a ser un proveedor principal de materia prima para la instalación y desarrollo de otras actividades económicas como la panificación. En 1980 se conforma una Sociedad Anónima y se emprende la ampliación de sus instalaciones contratando para ello a la empresa italiana Golletto, la misma que tuvo por misión modernizar técnicamente la función de los molinos, transformándolos en un verdadero complejo industrial completamente automatizado.

En el año de 1986 el complejo industrial Molinos Poulter pasa a manos del Grupo Noboa, preside la administración de la empresa, el señor Isidro Romero⁵⁶ yerno de Luis Noboa Naranjo, quien hace del Molino, el mayor productor de harina de maíz en el Ecuador, creando la famosa marca “Maisabrosa”, cuya acogida es masiva en todo el territorio nacional. Luego de la muerte de Luis Noboa, su hijo Álvaro lidera el Grupo Noboa y por ende se constituye en el Presidente del mencionado Molino.

Esta industria fue y es considerada una de las mejores del Ecuador, sus harinas han sido conocidas y acreditadas no sólo en nuestro territorio, sino en Colombia, donde compite con la harina americana de alta calidad, su alto índice de ventas a más de permitirle generar fuentes de empleo, puede ser uno de los aparatos que le permite a Noboa conformar pequeñas redes clientelares que se sustentan en la incapacidad de crear empresas que compitan con este monstruo comercial, su capacidad de aglutinación lo convierte en una excelente maquinaria política electoral que le abre paso al PRIAN en la provincia de Cotopaxi.

¿Cómo empata el Molino con la creación y afianzamiento de un partido político cuyo líder máximo puede ser considerado como un outsider en la política ecuatoriana,

Ecuador. Terminado su trabajo y llevado por su gran visión hacia la industria, compra los viejos molinos de piedra ubicados en la ciudad de Latacunga, transformándolos en molinos de cilindros, naciendo así la industria harinera. (Quevedo, entrevista, 2004).

⁵⁶ Reconocido director del complejo futbolístico Barcelona.

en una provincia que se sostenía en partidos políticos institucionalizados, con liderazgos tradicionales? ¿De qué forma puede incidir un Molino en la generación de redes de apoyo clientelar en una provincia con elevados índices de producción agraria y por lo tanto con un elevado porcentaje de población campesina e indígena?

Hasta aquí se han abierto varias preguntas, sus respuestas son clave para poder determinar tanto los niveles de incidencia objetiva como los niveles de incidencia subjetiva que Noboa genera para poder trazar toda una maquinaria política a su favor en una provincia de la serranía ecuatoriana en la que partidos como la Izquierda Democrática y movimientos sociales como la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador CONAIE han propiciado la mayor parte de procesos organizacionales y políticos.

Estas respuestas por más obvias que resulten son válidas plantearlas; los testimonios son tantos como diversos así: Uno de los entrevistados, quien prefirió guardar su identidad, señaló que en la campaña del año 2002 para la diputación de la provincia (en la que el PRIAN obtuvo un curul en el Congreso Nacional con Iván Vásquez) los empleados y los carros del complejo industrial molinero colocaron toda la publicidad de los candidatos de ese período: "...Fue a través de la gente vinculada al molino que se realizó la campaña política, ellos distribuyeron propaganda, camisetas y productos que son parte de las empresas del Grupo Noboa; además, bajaron temporalmente el precio de la harina, facultad que la tienen por el hecho mismo de ser un monopolio..." (Declaraciones en off de uno de los entrevistados)

¿Por qué el costo de los productos comercializados por el Molino se redujo justamente durante el tiempo de campaña electoral de la primera postulación de Noboa a la presidencia y luego se volvió a elevar el costo del producto cuando se conocieron los resultados desfavorables en contra de la candidatura de Alvarito?

Para los directivos de Molinos Poulter esta operación resulta absolutamente normal, pues dicen que estos actos son ejecutados de esta forma tan abrupta por tratarse de una empresa privada, donde el dueño puede disponer del tiempo, de las horas útiles de sus trabajadores y empleados y sin duda del costo final de la producción que se haya tenido, por lo que en el caso del Molino la gerencia y el directorio empresarial destinaron parte de la actividad laboral de sus trabajadores y empleados a la campaña electoral.

El uso y acumulación de la fuerza de trabajo de los empleados y la especulación de los costos finales para el consumidor son parte del uso hegemónico de la fuerza de quien es dueño de los medios de producción.⁵⁷

Circunstancia que lleva a deducir que el molino se convierte en una importante punta de la maquinaria política del PRIAN, más aún cuando la lógica de explotación empresarial se transforma en un ejercicio frecuente en el uso de los recursos de Molinos Poultier en época de campaña electoral.⁵⁸

Sin embargo, en las declaraciones de la gente más cercana a Álvaro Noboa (es decir de su acción set, de su círculo íntimo) se desmienten las circunstancias antes descritas, indican que nunca han usado al personal de los Molinos con fines políticos:

...Es política de Álvaro separar el campo empresarial de lo político, la gente que nos ayuda es gente que puede ser trabajadora o empleada del molino pero que lo hace porque le hace entregar su tiempo extra a la campaña, porque cree en Álvaro, nosotros no exigimos ni pagamos, todo es voluntad... (Izurietta, entrevista, 2009).

Cuando Menéndez Carrión analiza a las prácticas clientelares desde los procesos de marginalidad y precariedad en los que América Latina y por ello el Ecuador subsisten,

⁵⁷ En el modo de producción capitalista la división social más importante es la que contrapone a la burguesía (propietaria y administradora de los medios de producción) y al proletariado (no propietario o trabajador) con algunas variantes de estas clases sociales:

- burguesía financiera: propietarios del capital mercantil y del capital industrial.
- burguesía industrial: propietarios de los medios de producción industrial.
- pequeña burguesía: pequeña industria, pequeños propietarios, pequeños comerciantes.
- clase terrateniente: dueños de las tierras.

Hasta aquí algunas variantes de la clase propietaria (dominante). Luego la clase no propietaria (dominada):

- clase campesina: trabajadores de las tierras.
- proletariado: trabajadores, asalariados en general, que viven exclusivamente de su trabajo.
- Lumpen-proletariado: clase desposeída situada fuera de la esfera de la producción y que solo es contratada esporádicamente, en función de las necesidades del capital.

El factor fundamental que define a una clase es la relación que los sujetos que en ella se incluyen tienen con los modos de producción; es decir si son propietarios de los medios de producción o tienen que vender su fuerza de trabajo para sobrevivir; a partir de este factor principal, las clases sociales se determinan también por otras características. En “El dieciocho Brumario” Marx explica que las condiciones económicas determinan en los sujetos “su modo de vivir, sus intereses y su cultura” Tanto la dimensión objetiva (Menéndez Carrión) como la dimensión subjetiva (Auyero) tienen respaldo en los usos y consumos que parten de esta división por clases sociales que relata cómo las condiciones exteriores a través de las cuales los sujetos sociales interactúan se introducen en los imaginarios colectivos generando subjetividades propias de acuerdo a los consumos simbólicos a los que cada clase social puede acceder. Véase (Bourdieu, 1998 citado en Auyero, 2002).

⁵⁸ Según varios trabajadores activos del Molino (los testimonios se dieron en torno a la entrevista realizada a un ex trabajador de Molinos Poultier véase anexo) en declaraciones en off, todas las reuniones se han dado en el Molino y no en la sede de campaña del PRIAN, ya que el verdadero sitio de toma de decisiones siempre ha sido el Molino en los últimos tiempos para la provincia.

se puede entender como la maquina política: Molinos Poultier en el caso Noboa es un eje fundamental en la consolidación de su maquinaria clientelar atravesada por el ejercicio hegemónico de la clase social a la que éste pertenece. Sus subalternos y dependientes en la escala de producción de una economía precaria y empobrecida como la ecuatoriana generan vínculos reales de sujeción a la fuente de empleo que Molinos Poultier les proporciona.

Así mismo, con la interiorización de estas relaciones de explotación material se daría una especie de sistema de reciprocidad con la empresa (es decir con el patrón) de manera casi natural, en la que el uso de su fuerza de trabajo con fines políticos es vista como parte normalizada de la lógica de trabajo en la empresa:

Nunca fui obligado a apoyar a Álvaro Noboa, todo era hecho a voluntad personal, de cada persona, y a dejar propaganda hacer algún recorrido o tener algún respaldo pero obligarnos no, es totalmente libre de participar. Durante las tres campañas, no me han dicho bueno tiene que colaborar caso contrario se va de la empresa, pero siempre queda ese miedo de que de pronto se despida gente, sobre todo si perdía las elecciones el dueño, por eso algunos colaboraban para las campañas (Ex - trabajador Molinos Poultier, entrevista, 2009).

¿Cómo puede entenderse la colaboración que los trabajadores de Molinos Poultier le otorgan a Noboa en cada coyuntura electoral? El miedo que sostiene a las relaciones de dominación que atraviesan las estructuras laborales en Latinoamérica pueden ser entendidas desde la herencia colonial del gamonal de hacienda, *los juaquines* (*¡Joaquín tráeme esto! ¡Joaquín trabajarás bonito, no, verás que soy tu patroncito!* Expresión usada por la clase media y media alta en la provincia de Cotopaxi para referirse a una persona con rasgos indígenas, a un indio o a un pobre, no se trata del nombre Joaquín sino de un genérico para delegar a todos aquellos quienes no se encuentran *a la altura* de quien los llama) del Molino no pueden descuidar por un solo instante su empleo que está condicionado a la voluntad del patrón:

...Son como cualquier empresa que el dueño trabaja a cuantos kilómetros de la empresa y es muy lejano. Vino una vez en el 84 pero de campaña nunca llegó a la empresa, nunca llegó a conocer a la empresa por dentro eso es de replay. Nunca llegó a conocer lo que es de él porque de todos los conflictos de aquí del molino, le llegan solamente por fax, por fotos, por teléfono nada más, él no llega acá al Molino Poultier, él no conoce el molino Poultier. Ósea que cualquier compra que se hace en la empresa, él la actualiza el momento que ya la compra, qué pasa, toman una foto y le envían, esto está hecho así. El jefe de campaña por orden de Álvaro Noboa dice que saquen tantos

kilos de avena, de lo que sea, y a veces en los carros de la empresa que venían desde Guayaquil, se llevaban. ¿La empresa era como una pequeña central? (e) Algo así una pequeña central... (Ex - Trabajador Molinos Poultier, entrevista, 2009).

La distancia que marca la clase social a la que pertenecen los punteros (clases dominantes) y los potenciales fieles o clientes (clases subalternas dominadas) suele esconderse detrás del discurso emblemático del actor político clientelista, la importancia de generar vínculos simbólicos que puedan sostener las relaciones de intercambio material real es determinante a la hora de ejercer un control real de las masas votantes.

A partir de las declaraciones de varios ex - obreros de Molinos Poultier se comienza a vislumbrar una de las falencias de Noboa en la construcción de su maquinaria clientelar en Cotopaxi, esa distancia insoldable entre patrón y obrero es vista por los trabajadores como una relación distante y poco emotiva, en la que los intereses de clase del puntero emergen inevitablemente, rompiendo con la lógica de filiación subjetiva en la que las relaciones clientelares se sustentan.

La clase trabajadora de los Molinos es insertada en la conformación del “círculo exterior” al que Auyero define dentro del tejido de las redes de apoyo clientelar como beneficiarios potenciales de las capacidades distributivas del mediador (miembro del círculo íntimo) que se relacionan a través de lazos de reciprocidad débiles con el puntero o patrón, las relaciones objetivas dirá el autor harán que los lazos de gratitud se vuelvan sólidos o fugaces dependiendo de las circunstancias en las que el potencial cliente se encuentre frente al referente o patrón. (Auyero, 1996).

Las declaraciones del ex - trabajador de los Molinos demuestran que la distante relación con la que Noboa (el referente) se maneja frente a una de sus mayores industrias en el país está atravesada por una condición de clase social.

Las conceptualizaciones a las que se hace referencia de Dussel y Marx (y más adelante de De La Torre) no solo describen las condiciones objetivas de los diferentes sectores que componen el tejido base de la sociedad donde vivimos sino los entramados simbólicos y subjetivos que se generan por medio de las posibilidades de consumo a las que las distintas clases sociales pueden acceder, estas dependen de la cantidad de recursos materiales con las que cuentan.

Los consumos simbólicos a los que se refiere también Bourdieu⁵⁹ acrecientan las distancias abismales en el diálogo que se puede establecer con los diferentes actores sociales, distancia que en nuestra sociedad es acortada a través del uso de un discurso hegemónico repleto de contenidos favorables a la clase dominante cuyas formas muchas veces son conciliadoras con las clases sociales subalternas y dependientes, sin que esto signifique un cambio real en la estructura de dominación y explotación propia de la Modernidad Capitalista.

La relación antes descrita configura al molino no como un posible recinto electoral sino como un aparato clientelar clave en los momentos de campaña del PRIAN en la provincia; por tanto, la importancia de Molinos Poultier radica en que éste es un bastión logístico fundamental de la maquinaria clientelar de Noboa en la provincia de Cotopaxi:

El abogado vino una sola vez en 22 años fue por unos 2 minutos para hacerse presente, hacerse conocer y ni en campaña política se asomó... eso es lo curioso que nos hemos preguntado entre nosotros, en reuniones de trabajadores, de ejecutivos, siempre se ha mencionado el por qué Álvaro Noboa no ha venido a incentivarlos a la empresa, a los trabajadores, incentivarlos en plena campaña política. Este señor nunca nos ha dicho señores soy dueño de la empresa y quiero un apoyo de ustedes y su familia ya que está participando en una campaña el dueño de la empresa quien les da de comer, quien les da de vestir y esa era la pregunta del millón que si él hubiese andado en las empresas ofreciendo este apoyo saliera de Presidente de la República. Porque tiene un promedio de 20 a 40 mil trabajadores en todas sus empresas, y así ya está ganada la Presidencia de la República, porque él es un empresario ajeno a los trabajadores, es un empresario, un líder pero personal solo de él, que quiere hacer con su dinero lo que quiere y eso no le da resultado porque cualquier persona dueña de una empresa que necesita de sus trabajadores, tiene que estar con la gente, tiene que pedir colaboración, tiene que hacerse presente

⁵⁹ Solo para observar la dinámica que se genera a partir del discurso hegemónico que plantea el autor se hará un acercamiento a la configuración del discurso que el mismo determina: El reconocimiento y valoración de los discursos (desde actores e instituciones concretas) es fundamental para la construcción del horizonte de sentido del mundo desde las clases dominantes. Ese horizonte puesto en marcha por la clase dominante se da desde múltiples campos: social, político, cultural y económico; determina la división del orden social la misma que determinará el límite entre lo legítimo y lo ilegítimo. Así la construcción de un sentido social aparentemente unificador, posibilitará que la distinción social sea legitimada e instituida. Esta distinción legítima es la que institucionaliza la separación entre los posibilitados y los no posibilitados para hablar. Este poder que ejerce la palabra autorizada se da solo en la medida en que quien las dice es aceptado por un grupo que reconoce de alguna forma su autoridad. La “eficacia simbólica” del discurso debe mantener una “relación entre las propiedades del discurso, las propiedades de quien las pronuncia y las propiedades de la institución que autoriza a pronunciarlos” (Bourdieu, 2000).

pero en este caso no y esas son las consecuencias que le llevan al fracaso (Ex trabajador Molinos Poulthier, entrevista, 2009).

La relación frágil (círculo exterior) que establece Noboa con sus trabajadores en los Molinos Poulthier por su propia condición de clase y a decir de sus colaboradores como una estrategia política para que no se lo mire como un político clientelista ni manipulador de sus masas obreras (Sanpedro) no fue un impedimento para constituir a esta empresa en un aparato operativo de su red de apoyo clientelar en toda la provincia y tal vez en casi todo el centro del país.

Menéndez Carrión determina que el éxito electoral de algunos partidos políticos populistas en el Ecuador (CFP, PRE, etc.) estuvo ligado a la capacidad que estos tuvieron de instalar a las grandes barriadas populares como máquinas políticas que articularon grandes redes clientelares a través de sus maquinarias clientelares; el intercambio de votos por la obtención de bienes y servicios (De La Torre, s/f), permite observar que en el caso Noboa la articulación de la maquinaria clientelar en Latacunga, se da a través de la sutil instalación de la máquina política en Molinos Poulthier desde donde logra desplegar su aparato logístico fundamental hacia toda la provincia de Cotopaxi con el uso de la mano de obra y del producto que el mencionado complejo industrial logra acaparar dentro del mercado ecuatoriano.

La relación clientelar se produce dentro de la perspectiva de cómo Noboa cautiva al electorado, qué le ofrezco al electorado, quién consume mi producto, qué pasa si le ofrezco bajar la harina aún sin ser el candidato triunfador en las elecciones; incógnitas, cuya lectura se traduce en la razón utilitaria de ambos sujetos inmersos en las redes de apoyo clientelar: el candidato (patrón) y los clientes o las masas populares y los sectores empobrecidos cuyo escenario de marginalidad y precariedad económica se engancha a la posibilidad concreta de acceder a ciertos bienes y servicios.

El círculo íntimo de Noboa crea un ambiente donde la primera sensación o percepción es que existe alguien que es efectivo en la esfera de apoyo exterior (Auyero) al candidato que antes de recibir los votos ya había producido una verdadera transformación socioeconómica en la vida diaria de la población.

Por lo tanto, la diferenciación que Noboa establece entre los miembros de su círculo de acción íntima en Cotopaxi y el contingente de su círculo exterior se encuentra mediada por un corte de clase. Mientras los miembros de su *action set* son quienes

pertenecen al nivel administrativo o gerencial (como Izurieta), los obreros de planta de Molinos Poulter se convierten en objetos logísticos de las campañas del eterno candidato, develando el sentido utilitario que las relaciones de dominación ejercen en el establecimiento de la maquinaria clientelar de Noboa en la provincia.

La capacidad de engarzar al molino y a sus redes comercializadoras como parte de un círculo de apoyo exterior para Noboa, se produce gracias al uso de los recursos económicos y humanos que el Molino Poulter y el Grupo Noboa articulan para montar una verdadera industria política en la zona.

Para ejemplificar cómo funciona la estrategia en los Molinos Poulter, es necesario acercarse a la importante función de apoyo clientelar que configura en el proceso de distribución de los productos del complejo industrial como el aditivo indispensable que mueve el motor clientelar de la maquinaria de Noboa en la provincia:

...Los distribuidores llegan a todas las tiendas de los barrios de todos los sectores y de todos los niveles, el distribuidor tiene contacto con el dueño de la tienda y a la tienda acuden todos. Los distribuidores no solo nos traen la harina sino también nos venden otros productos como el atún y además, nos regalan camisetas, harina rebajada en el precio, dejan ropa, esferos, por eso yo les tengo afecto y cuando me piden que le apoye yo lo hago, llamo a la gente del barrio y ellos se solidarizan porque hay gratitud... (Tisalema, entrevista, 2009).

Los distribuidores se convierten también en intermediarios entre la comunidad y el patrono candidato, son facilitadores de un producto político ya no solo de un producto comercial, esta relación va creando afinidad y cercanía porque "...si a mi alguien me rebaja el precio de la harina a cambio de mi voto, mientras otros no me dan nada..." (Pacheco, entrevista, 2009) como no pensar que existe la posibilidad de que un candidato con poder amplíe el consumo que se tiene en estratos sociales deprimidos, reafirmando una relación clientelar utilitaria recíproca entre ambas partes: clientes y patronos.

Otra de las redes clientelares es la construida con los panaderos de la provincia, sector cuyo ingrediente necesario para realizar su producto final es la harina, con ellos la táctica fue la siguiente:

...A los panaderos se les dio grandes ventajas, el molino daba cupos pues había escasez del producto, por ello subió el precio y el abogado consciente de esta situación nos dio cupos y a manera que comprábamos más cantidades nos hacia una rebaja y nos daba la oportunidad de tener más cupos... (Pacheco, entrevista, 2009).

El proceso clientelar es interpretado como una causa efecto, es decir si yo soy parte de la conmoción clientelar y estoy bien con quien me distribuye un producto que es apetecible, si a los panaderos les doy determinadas ventajas, por una escasez inducida se genera un clima de fácil acceso al cliente⁶⁰, esto es: yo (candidato/patrón) retiro del mercado mi producto de consumo masivo, entonces creo el clima propicio para subir el precio y raciono el porcentaje de distribución, si doy cupos y estoy invitando a quienes necesitan el producto, genero una reciprocidad que puede ser traducida en votos. Todo un sector a favor de mi candidatura personal o de las candidaturas de mi partido “...La influencia del molino dentro del contexto político electoral es tal, que gran parte del éxito de la candidatura de Maya, candidato del PRIAN a la Alcaldía de Latacunga se debe al trabajo de hormiga realizado por los empleados y trabajadores de los Molinos...” (Fabara, entrevista, 2004).

Alrededor de este triunfo y de la incidencia de los Molinos se generan varios cuestionamientos que señala Fabara:

Cómo explicar el hecho de que en una ciudad tan pequeña, en la que históricamente las campañas se realizan de puerta a puerta, un hombre que no es el potentado de la ciudad pague propagandas televisivas que no solo son vistas por los ciudadanos locales sino a nivel nacional, quién financia eso, quién puede acceder a esa clase de propaganda electoral, qué candidato local por representante de partido político importante que fuese ha tenido acceso a los medios de comunicación nacional (Fabara, entrevista, 2004).

Maya y Vásquez (ambos latacungueños de cepa) llegan a ser los triunfos electorales más reconocidos del PRIAN en Cotopaxi; Maya recuerda que llega a la tienda electoral prianista a través de la invitación de Vásquez, amigo de la infancia y contrario a la mayor parte de declaraciones en torno a su alcaldía, él dice que su éxito no estuvo ligado a la potente máquina clientelar que Noboa posee sino a su popularidad entre los latacungueños:

⁶⁰ Avanzaremos dos hipótesis específicas para someter a prueba la validez de los argumentos centrales del estudio. Dada una *situación concreta* que se definiera en páginas anteriores en términos de inseguridad o precariedad estructuralmente inducida que: a) transforma los intereses personales estrechos en basamento crucial de la organización política; b) impide que los vínculos horizontales se tornen preeminentes como formas de organización y comportamiento político; y, c) permite que la capacidad política de *respuesta* se defina en términos de pequeños beneficios o soluciones parciales e inmediatistas a las demandas (actuales o potenciales) de los actores focales... (Menéndez Carrión, 2007).

Mi campaña política fue muy pobre pero yo salí por la gente, la gente me conocía, frente a una campaña millonaria de parte de los contrincantes que tenía en ese entonces, además a quién le reemplace yo, era una persona que tenía más de 14 años en la Alcaldía y él también me hizo la contra... Micromercados Maya fue el segundo comercial en la ciudad, a mí la gente me reconocía... No tuve el apoyo que necesité de parte del partido con la oferta de las casas cuando me atacaron a mí, yo me manejaba en base a lo que él decía, si es que él ganaba, no ganó, entonces las casas estaban supeditadas a que Álvaro Noboa gane. Bueno él me dio 1.200 dólares directamente para la campaña, de ahí el resto pagaban ellos, tres días antes de la elección me mando un montón de plásticos... Con Molinos no hubo relación alguna, yo soy amigo de la Dra. Altamirano, actual Gerente de Molinos Poulter, no conmigo no, la campaña la hice aquí en mi casa, no me entregaron nada para repartir... (Maya, entrevista, 2009).

Los triunfos electorales del círculo íntimo de Noboa en Cotopaxi, responden a los lazos subjetivos que los intermediarios del PRIAN en la provincia logran consolidar como relación directa en su propio afán de autopromoción:

Cuando estuvo aquí el abogado Noboa yo le lleve para una vuelta de popularidad y me preguntó bueno aquí hay mayistas o noboistas... yo le dije: vea Ud. Iván Vásquez quiso ponerse a su lado y él le dijo: a ver tu ya eres diputado, déjame aquí a Rafael, bueno yo nací aquí, la gente me saludaba me conocía cuando él estuvo aquí, entonces desgraciadamente no hubo una participación concreta de él, el partido no tiene que manejarse como una empresa privada sino como una empresa política... (Maya, entrevista, 2009).

La importancia de mantener y fortalecer los lazos de emotividad con las masas votantes se vuelve cada vez más decisiva en la maquinaria clientelar ya montada por Noboa, vemos que las declaraciones de Maya evidencian un discurso personalista en el cual delega a su figura pública, clase media alta propietaria, el verdadero impulso para haber ganado las elecciones del 2004 en la capital de la provincia de Cotopaxi.

Las diversas críticas en torno a su Alcaldía y al interior del PRIAN confirman que la relación de Maya con Noboa fue la de un intermediario del círculo exterior de apoyo, por lo menos en cuanto al tiempo de gestión de Maya, ya que en sus declaraciones él dice que estuvo en más de cuatro ocasiones en el avión privado del Abogado para poder trasladarse a Guayaquil, centro político del PRIAN en todo el país:

Yo ya fui Concejal antes que el señor Maya sea Alcalde...gente que realmente no tuvo cabida, que desgraciadamente fue un error y una equivocación del PRIAN que pase el señor Maya a ser parte de las filas del PRIAN, porque fue una de las administraciones más nefastas que tuvo el cantón Latacunga, fue lo peor que pudo existir, fue una persona que aparentemente podía ser un gran papel como Alcalde pero que le quedo demasiado grande, y yo fui Concejal, fui quien incluso a los pocos meses después de brindarle mi ayuda cambié de posición porque realmente no respondía a las expectativas que tenía la ciudad, es lamentable y eso fue una de las causas que hizo que el PRIAN cayera bastante bajo en esta provincia de Cotopaxi, porque el señor Maya ofreció 6000 casas, créditos productivos, micro créditos etc., que en realidad no se hizo nada, ofreció pasos laterales que realmente no se cumplió uno, yo sé que ahora el señor es un hombre muy potentado, y que realmente cuando inicio la campaña fue realmente una persona que no tenía recursos y eso realmente desdibuja lo que es el PRIAN aquí en Cotopaxi. Yo sufrí todo lo que es el impacto negativo del señor Maya, cuando yo me lance de candidato a la Asamblea, con las personas que tuve la oportunidad de dialogar me decía pero ustedes estuvieron acá en el PRIAN que fue lo peor, y así es, hay que reconocer los errores, fue realmente una situación bastante negativa para el PRIAN. Espero que sigan trabajando, dejar que pase un poco esta corriente de corte socialista, comunista, capitalista que hasta ahorita no acabamos de entender y que después vengan días mejores tanto para el cantón, para la provincia y para nuestro país (Sanpedro, entrevista, 2009).

Las disputas de poder al interior del partido son un importante indicador de la reestructuración de la red de lealtades y por lo tanto, del círculo íntimo de Noboa en el partido a nivel Cotopaxi; sin embargo, estas disputas propias de los períodos de reestructuración al interior de una organización, se convierten en un factor de desgaste para la figura de Noboa y al mismo tiempo para el partido en la provincia develando la debilidad de los lazos subjetivos con los círculos de apoyo exterior del PRIAN, ya que a pesar de contar con la enorme maquinaria clientelar que ofrece Molinos Poulthier en todo el territorio provincial, Noboa no se ha respaldado en un discurso de intimidad inclusiva con los electores, la emotividad es fundamental para poder sellar las relaciones clientelares con las masas votantes y ese es un trabajo que el puntero del PRIAN ha descuidado.

La distancia que marca Noboa con sus bases logísticas, como se explica en este capítulo, lo configuran como un patrón ausente, como un candidato inalcanzable y poco accesible, esa distancia es determinante en la construcción de referentes políticos simbólicos clientelares, Maya, Vásquez y Sanpedro contaron con un gran apoyo al

inicio de sus labores como candidatos electos por estar inmersos y empapados de la lógica local de la provincia con lo que sus lazos de simpatía se reforzaban continuamente, Noboa no logra mimetizarse en ellos, descuidando por completo la sujeción simbólica emotiva, dejando a clara vista la relación de dominación que se establece también en el juego clientelar del círculo íntimo, salpicando inevitablemente esa dinámica a los círculos de apoyo exterior más próximos en la provincia.

Este asunto se convierte en el talón de Aquiles del PRIAN en la provincia, Noboa cosecha los frutos de su dirigencia ausente y distante con el gran capital humano con el que cuenta dentro y fuera de sus predios empresariales.

A esto se suma que:

...En el período pasado igual hecho ocurrió con el Diputado Vásquez del PRIAN, quien está multado por exceso en el gasto electoral, la respuesta está en la maquinaria política construida a través del grupo económico que encierra Álvaro Noboa y que se encuentra maquillada en la empresa Mercanoboa que maneja el marketing de todos sus candidatos... Quien paga las publicidades no es el candidato sino Mercanoboa, los dueños de los medios negocian con Mercanoboa cuando se trata del PRIAN... (Fabara, entrevista, 2004).

En los siguientes acápite miraremos de manera más profunda la relación que Alvarito establece con su círculo íntimo de mediadores y colaboradores cercanos en la provincia, situación que ya se menciona en los párrafos anteriores al tratar de establecer la diferencia que existe en la configuración objetiva de las redes clientelares en los Molinos Poulthier con los trabajadores del mismo en relación a la conceptualización de Menéndez Carrión y sin duda, determinar que el lazo que pauta la configuración subjetiva de los leales colaboradores cercanos de Noboa tiene su respaldo conceptual en los trabajos teóricos de Auyero.

Además, se destaca la enorme capacidad propagandística mediática a la que Noboa apunta en todas sus campañas electorales en las cuales su vida personal, sus alusiones divinas, sus cruzadas médicas y su emporio económico; se mezclarían en pos de acumular la mayor cantidad de apoyo y votos para respaldar a sus múltiples candidaturas.

Fundación Cruzada Humanitaria: una manifestación del clientelismo en acción

Hablar de la Cruzada Nueva Humanidad⁶¹ es recordar varias de las cruzadas médicas que Noboa ha emprendido durante todas sus campañas electorales por la Presidencia de la República, cruzadas que lo han caracterizado de manera particular en el imaginario de los ecuatorianos, quienes relacionan de manera casi inmediata a Noboa con la entrega de medicinas y evaluaciones médicas gratuitas en época de contienda política.

En este acápite se hace un acercamiento a los mecanismos de funcionamiento de la fundación y de cómo ésta logra posicionar a Noboa en el escenario político de disputa electoral en todo el país. Para establecer la incidencia de ésta organización social sin fines de lucro como aparato propagandístico y maquinaria clientelar de Noboa, se realiza una breve mención del funcionamiento de la fundación desde la óptica de su dueño: Álvaro Noboa.

“Como empresario Álvaro Noboa viene desarrollando desde hace 26 años una inmensa labor social con sus trabajadores y con los pobres del país, a través de la Cruzada Nueva Humanidad, que brinda educación, salud, empleo y protección a los grupos vulnerables de la sociedad. El estar cerca de las necesidades del pueblo, del dolor, de la enfermedad y de la muerte, vivir minuto a minuto la realidad amarga de nuestro país, abatido por la pobreza, la corrupción, la inequidad, la injusticia social, desarrollaron en Álvaro Noboa un compromiso de servicio y de trabajo por el cambio del Ecuador. Un ideal que para concretarse demandaba del ejercicio de la política como el mejor instrumento para servir al pueblo por eso Álvaro Noboa decide formar un nuevo partido político moderno y solidario, que sustituya a la partidocracia tradicional del Ecuador, que ha privilegiado sus intereses al interés nacional y se convierta en una esperanza y en la certeza de un cambio por el desarrollo, la justicia social y el bienestar nacional. Para lograr una democracia sólida que viva en el tiempo es necesaria la participación cívica de los ciudadanos, es una responsabilidad...”⁶²

En el primer capítulo se menciona a la conceptualización que Menéndez Carrión formula sobre la razón utilitaria que las masas votantes en condiciones de precariedad estructural ponen en acción durante las coyunturas electorales, la respuesta utilitaria sobre una situación concreta hace que los votantes privilegien las decisiones que toman frente a su realidad inmediata por encima de consideraciones de tipo ideológico u

⁶¹ Véase Anexo Fundación.

⁶² Véase “Ideología y conceptos” Álvaro Noboa en la página web oficial del PRIAN, junio 2007, www.prian.org.ec.

opciones programáticas con beneficios que podrían ser importantes en el mediano y largo plazo.⁶³

Esta maximización de la eficacia electoral a la que apelan las masas votantes, dirá la autora, se remite a que la necesidad que tienen esas masas de tomar decisiones que en las coyunturas electorales aparecen como relevantes, la conquista del voto en el suburbio, se traduce de manera casi inevitable en la capacidad de respuesta que el candidato pueda tener frente a las necesidades de quienes supeditan su apoyo a la demanda de incentivos materiales que se dispara en condiciones de empobrecimiento sistemático, así se establecen las relaciones clientelares entre patronos y potenciales votantes (Menéndez Carrión, 2007).

Noboa es visto entonces como la respuesta efectiva frente a la enfermedad y la muerte, ambas situaciones delimitan la existencia de las clases subalternas con mayores niveles de marginación. En “Propuestas Opuestas” (Barriga, 2006) se observa el condicionamiento a los bienes y servicios que ofrece Noboa en las distintas provincias del país, sus recorridos se caracterizan por tratar de acercarse a quienes más necesitan (por ejemplo: una mujer anciana en silla de ruedas).

La figura de sanador con la que juega se configura en sus discursos repletos de piedad y caridad cristiana, a través de los cuales su rápido accionar en situaciones de extrema necesidad (de vida o de muerte) lo envuelven en un velo de contingencia eficaz dentro de los sectores que recorre su fundación.

Pero ¿hasta qué punto las condiciones de precariedad han sido decisivas a la hora de elegir a un candidato? ¿Por qué Noboa no ha ganado las elecciones presidenciales en un país cuyas condiciones de precariedad estructural y de empobrecimiento sistemático se acrecientan día a día debido a su condición de dependencia en la economía mundial; si él aparecería como un actor que responde al sistema de maximización electoral al cual apelan las masas votantes precarias?

Menéndez Carrión señala que la deducción lógica que se hace desde la perspectiva convencional no permite observar el sutil proceso de construcción de las redes de apoyo clientelar en el Ecuador, partir del presupuesto: los marginados urbanos constituyen la base de apoyo decisiva de los contendores electorales populistas... (Menéndez Carrión, 2007), es asumir a priori que los grupos urbanos y rurales

⁶³ Véase en Anexos: Cuadros estadísticos sobre salud en Cotopaxi.

marginalizados serán quienes definan el número de electores que harán que un candidato gane o no las elecciones cuando en la mayoría de ocasiones la propia dinámica de marginalidad de estos sectores los excluye de actividades políticas como el ejercicio del voto.

La mayor parte de clientela electoral ha significado poco en la estrategia de introducción a las instancias de representación a las cuales ha accedido el partido de Noboa, como ya observamos al inicio de este capítulo a pesar del gran despliegue material que va desde la entrega de insumos alimenticios y médicos⁶⁴ hasta la millonaria publicidad televisada para los pobres de este país Noboa no descuida su estrategia de inserción institucional a través de las distintas dignidades que alcanza su partido en el ámbito legislativo.

...Entregó medicina a los sectores rurales pero en el momento en el que perdió las elecciones, suspendió drásticamente la entrega de medicinas... Cuando iba a empezar la campaña empezaba a repartir el medicamento a los sectores rurales pero cuando descubre que está perdiendo, deja de entregar los productos, llegó un caso en que se quedó con no sé cuantos camiones de medicinas que ya no quiso repartir, se iba a caducar y empezaron a dar a los trabajadores del Molino Poulter, entregaba sin ninguna receta médica, cogía el que quería, decía el que quiera que se lleve sino no. Yo no acepte, porque no sabía que medicamento me estaba entregando... (Ex - trabajador Molinos Poulter, entrevista, 2009).

Es interesante observar que el despliegue de recursos que Noboa efectúa a través de su fundación tiene más un impacto mediático que un impacto real en la vida cotidiana de las masas votantes, el intercambio de bienes y servicios a cambio de votos se establece de manera condicionada, casi como una relación directamente proporcional: mientras mayores sean mis posibilidades de llegar al poder mayores serán los recursos que mi brazo de acción social despliegue en campaña electoral.

El instrumentalismo que atraviesa a las cruzadas médicas que Noboa emprende durante sus campañas no es ajeno a su círculo exterior de apoyo logístico, el testimonio de uno de los ex-obreros del Molino define con claridad las prácticas clientelares de Alvarito.

Su incapacidad de poder conectar el despliegue condicionado de regalos para quienes nada tienen con un discurso que legitime el intento que hace por aparecer como

⁶⁴ Véase cronología desde la noticia # 40.

el redentor, resulta evidente para quienes forman parte de su fuerza productiva, quienes además afirman que la falta de iniciativa de Noboa sería su principal enemigo político y el culpable principal de sus continuos fracasos electorales.

La Fundación Cruzada Nueva Humanidad se ha convertido en otro brazo de la maquinaria clientelar promovida por la gran fortuna de Noboa que acciona con mayor fuerza en espacios temporales mediatizados como la época de elecciones.

No es que el aparato recursivo de Noboa pueda llegar a ser incapaz de mantenerse y responder a todas las expectativas que los marginados urbanos y rurales tienen⁶⁵, por el contrario este brazo de acción social clientelar (la fundación) puede seguir generando cientos de brigadas médicas gratuitas, cursos de capacitación artesanal, bibliotecas populares, consultorios rodantes alrededor de todo el país; sin embargo, este despliegue está atravesado por la posibilidad de acción clientelar que el candidato pueda generar en el espacio en donde deposita los recursos, como se ve en el testimonio anterior, la repartición de medicamentos está supeditada al triunfo o al fracaso de Noboa en las elecciones a las que se ha presentado por casi ya una década continua en el Ecuador.

Para que la coyuntura efectiva del voto se cumpla, Menéndez Carrión señala que depende no solo de la capacidad recursiva que tenga el partido o movimiento político que pretende llegar al poder de representación, sino que depende de la capacidad de articulación que éste genere entre el control que ejerce sobre la operación de la máquina política y el que a su vez se da entre los distintos conjuntos de acción (o círculo íntimo) con los que cuente el candidato.

¿Y la Cruzada Humanitaria nunca ha venido a hacerles un chequeo a ustedes? No, nunca, los camiones venían en las campañas se daban una vuelta por el sector rural y guardaban los camiones en el molino con los medicamentos, y así al otro día, esta es una farsa de medicamentos de Álvaro Noboa, nadie hace una entrega desinteresada de esto. Que si la cruzada de esto, que la cruzada de este otro, que el medicamento, que a la gente pobre. Usted cree que la mujer de Álvaro Noboa que es doctora se va a la casita de un pobre, le ve el cuerpo, las piernitas, y le da un jarabe y una pastilla, esa es la campaña política de ellos, por eso nosotros conversando que como es que a la gente ingenua le de unas pastillas y ya que con esto va a estar sanado, le

⁶⁵ Desde la perspectiva tradicional de análisis del caudillismo por fuera de la lógica de apoyo clientelar “Tercer supuesto: Una vez en el poder, los contendores populistas –personificados en el Ecuador por José María Velasco Ibarra- no son capaces de responder a las expectativas de los marginados urbanos...” (Menéndez Carrión, 2007).

están engañando que con eso le va a curar. Si trata de ayudar a la gente pobre le da un buen medicamento siguiéndole un tratamiento, ayudando económicamente en algo, pero ellos no ellos daban una pastilla, una pomada y se acabo el problema y pasa a la otra casa... (Ex - trabajador de Molinos Poulter, entrevista, 2009).

La incapacidad de combinar ambas estrategias en los momentos electorales decisivos puede marcar la diferencia entre ganar o perder las elecciones; en todo caso, observar la dinámica clientelar con la que funciona este aparato de la máquina política de Noboa permite observar uno de los contenidos más fuertes que sostiene el intercambio entre desiguales. Como lo establece Menéndez Carrión el clientelismo está atravesado por una gran dosis de desigualdad estructural entre los actores que intervienen en el proceso de representación política; el uso de una fundación social a favor de los más necesitados solo estaría reforzando el mecanismo de autopromoción utilitaria que sostiene a las relaciones clientelares en los sectores marginalizados de la población, mecanismo que de ninguna manera implica una respuesta inmediata de aceptación del candidato como voto electoral pero que si refuerza mecanismos de dependencia estructural y exclusión continua de un sistema de representación política supuestamente democrático en el que Noboa ha logrado colarse poco a poco en estos últimos años en representación de sus propios intereses ligados a la lógica gamonal del complejo empresarial que dirige.

...Cruzada Humanitaria es una institución humanística dedicada a la medicina que no ha funcionado desde hoy, tiene muchos años atrás definitivamente, es una lógica de que en el momento en que venga el señor Noboa se distribuya la presencia de cada uno de los médicos... La política es tan abierta en lo que se llama la difusión de su programa... unos hacen de una forma y otros de otra forma, otros traen cantantes, cómicos, músicos, de tal manera esa es la fiesta cívica que se pretende tener en cada una de las regiones. Aquí no se ha lastimado absolutamente a nadie, de una forma muy serena y humanitaria se da medicinas a cada uno de los sectores más empobrecidos, pero no por una atención medica superficial se va a aliviar completamente, pero con algo se está aportando... (Vásquez, entrevista, 2009).

Mayorga en sus estudios sobre cultura política boliviana define (a partir de la elección de Max Fernández como presidente de Bolivia) que "...los neopopulistas hacen obras, a diferencia de los políticos que solamente prometen y este estilo le otorga una extraordinaria verosimilitud..." (Mayorga F., 1999). Las obras o donaciones tanto en el caso de Max Fernández como en el de Noboa son inversiones (económicas y políticas)

para maximizar los beneficios de sus empresas⁶⁶ y su posibilidad de acceso al poder del Estado, donde ellos se convierten en los benefactores ocultos detrás de sus aparatos industriales.

Mientras Fernández propietario de Cervecería Paceaña, producto de consumo masivo y popular, obtuvo el predominio del mercado local, generando recursos que le permitieron apoyar la labor social que emprendió a partir de su postulación a la Primera Magistratura, en Noboa la venta de Avena Quaker o de Maisabrosa, productos de consumo masivo y de costos relativamente accesibles para la población, permite que éste pueda ejecutar obras (entrega de sillas de ruedas, prótesis o medicinas) con el apoyo estratégico a su fundación, sin necesidad de interactuar directamente con las masas obtenían ya de cierta forma, la posibilidad de generar una masa votante que los respalde.

La acción que desarrollan esta clase de patrones-candidatos es lo que De la Torre y Mayorga denominan como distribución clientelista de beneficios, es decir, que existe por parte del candidato una aparente demostración del interés personal de los candidatos hacia sus seguidores, quienes reactivan esa ética de autopromoción como una modalidad para alcanzar de alguna forma la inserción social que se les propone.

Así en el caso de Noboa, al día siguiente de la segunda vuelta tanto en el 98 como en 2002, inició su nueva campaña electoral a través de Cruzada Humanitaria, que aplica una labor asistencial desde hace 25 años en el país, en ella puede reflejarse verdaderas pautas de intercambio social, relaciones asimétricas entre un patrón que hace un favor material o no y una clientela que queda en deuda moral (Mayorga, F., 1999). La particularidad de este aparato de acción política y social de Noboa es que quien encabeza las distintas cruzadas médicas es Anabella Azín, su esposa.

Mayorga plantea que la figura de la conyugue incondicional y dispuesta a sostener ese lado humano de renovación que el discurso demagógico del candidato promete, se configura como una posibilidad de acceso en el imaginario de otros sectores sociales (como se verá más adelante) todo ello, en virtud de la disponibilidad de una infraestructura empresarial que a Noboa le permite desplegar una labor proselitista de carácter permanente e indirecto, es decir sin apego al calendario electoral establecido;

⁶⁶ Situación que empata con los planteamientos de Menéndez Carrión como se ha descrito anteriormente.

generando continuamente una readecuación y un fortalecimiento a las redes de apoyo clientelar sobre la maquinaria política con la que éste cuenta.

Sin embargo, la relación de intercambio mediada por el carácter patronal de Noboa no alcanza a sostener los resultados electorales a los que la lógica clientelar apunta. La maquinaria clientelar falla en su intento por generar nuevas formas de readecuación de la cotidianidad de cada miembro supeditado a Noboa por una relación laboral, si bien la lógica electoral se desgasta, la lógica patronal sigue vigente en el espacio del molino.

PRIAN, el círculo íntimo: A la sombra de Dios, de mi esposa y de mis amigos:

El Héroe de Dios

Desde el inicio de su vida política Noboa configura un discurso sólido casi inamovible hasta hoy en día, el ofrecimiento de soluciones rápidas a las problemáticas cotidianas a las que la mayor parte de ecuatorianos se ven sometidos.

La recurrencia en los ofrecimientos de alimentación, empleo, estabilidad económica y política parecería semejante a los de sus contrincantes políticos; sin embargo, la capacidad de resolución de demandas por fuera del Estado que este outsider ha mantenido en épocas de campaña, genera que su discurso tome tintes mesiánicos en los ofrecimientos programáticos de sus campañas políticas.

Es necesario entonces, un acercamiento breve a las dimensiones discursivas que establecen la dinámica mesiánica que caracteriza a Noboa en la escena política ecuatoriana. Para Bourdieu, la perspectiva del discurso vislumbra verdaderas negociaciones simbólicas que constituyen los imaginarios e ideologías bases de las relaciones sociales, económicas, políticas y culturales del mundo (Bourdieu, 2000).

Esta negociación simbólica está atravesada por un hecho constitutivo de la modernidad capitalista: las relaciones de poder y explotación. Las prácticas discursivas se configuran a partir de relaciones de poder establecidas en todos los campos de significación del horizonte de sentido de nuestra sociedad, éstas se traducen en esquemas de dominación que Michell Foucault describirá a través de un acercamiento a los contenidos discursivos modernos “El discurso, las prohibiciones que recaen sobre él, revelan muy pronto, rápidamente, su vínculo con el deseo y con el poder. Y esto no

tiene nada de extraño: ya que el discurso no es simplemente lo que manifiesta (o encubre) el deseo: es también lo que es el objeto de deseo...” (Foucault, 1970).

¿Cuál es el deseo que significa al discurso de Noboa? Las alusiones a la divinidad constantes y casi compulsivas revelan para muchos analistas esta dimensión subjetiva (Auyero, 1996) de la construcción de redes clientelares, en donde Noboa estaría apelando a la dimensión simbólica de la cultura judeo-cristiana que atraviesa a toda Latinoamérica en donde la figura del hijo de Dios: el redentor se transfigura en la suya propia para poder culminar con total éxito sus ofrecimientos de campaña.

Para muchos esto significa el desgaste de Noboa y una creciente caricaturización de su figura como político, el corte religioso característico de las expresiones populistas ofrecen una estrategia funcional a una práctica antipolítica que al mismo tiempo que lo aleja de los mundanos partidos de siempre lo acerca a las instancias de representación del poder que tanto desea.⁶⁷

Echeverría plantea que las continuas presentaciones públicas a travesadas por una visión religiosa casi fanática como aquel que se dirige al cielo para transmitir las plegarias y los deseos de su pueblo al cual regresa con dádivas y limosnas, converge en una especie de capacidad extraordinaria dirigida a satisfacer las carencias más inmediatas del pueblo y el carácter de un populismo arcaico, que plantea un mecanismo de legitimación en el poder logrando representatividad legislativa a costa de casi cualquier cosa.

El Héroe de Dios como se autodefiniría Noboa no logra conectar esa dimensión simbólica de sus deseos al imaginario colectivo de las masas votantes, sus plegarias son percibidas como una estrategia desesperada frente a los constantes fracasos electorales que ha protagonizado como presidenciable, un discurso demagógico en el que las reverencias compulsivas, los continuos gritos en busca del alumbramiento divino, los encuentros con el suelo en pose de postración; muestran un espectáculo carnavalesco en el que el patrón viene al rescate del hombre huérfano de Dios (el cliente); hombre que es lobo del hombre:

⁶⁷ Véase cronología. Noticia 45.

El clientelismo es una de las estructuras socio-políticas que da respuesta a la necesidad básica de protección, al viejo problema hobbesiano de escapar de la guerra de todos contra todos. El modelo basado en esa variable fundamental predice, en consecuencia, que si otras formas concebidas para satisfacer finalidades semejantes no cumplen se producirá, entonces, una reversión hacia estructuras organizativas básicas, una de las cuales es el clientelismo (Njaim, s/f: 139).

Vemos como el espectáculo religioso que pretende enarbolar Noboa reproduce una dinámica de ruptura de clase, Noboa el enviado, el puente de amor entre Dios y el pueblo se acerca desde arriba (Bourdieu, 2000), evidenciando que su situación de clase es propia de los redentores, profetas divinos, salvadores casi eternos de la situación de miseria en la que viven nuestros países.⁶⁸

La imposibilidad de acercamiento, de diálogo inter-clase lo lleva a probar el refuerzo de su posible clientela a través de la enunciación mesiánica de su función como el elegido por Dios para que le sirva de rodillas como su presidente.⁶⁹

...Yo le decía anteriormente en una pregunta que ese es uno de los errores que nosotros cometimos, porque no hubo asesores que conozcan la realidad de mi pueblo, entonces nosotros hemos reclamado en las instancias directivas al abogado, quien por lo menos tuvo la certeza de decir me equivoque, él aceptó que se equivocó... (Sampedro, entrevista, 2009).

¿Hasta qué punto la estrategia discursiva de Noboa connota de manera hegemónica su deseo de alcanzar el poder estatal en el imaginario de las masas votantes? Aparentemente hasta sus propios colaboradores perciben el límite discursivo de Noboa al cual acusan de ser uno los motivos de debilitamiento partidista; sin embargo o por lo menos en la provincia de Cotopaxi no se discute el asunto como estrategia común de los prianistas sino como la herencia política del PRE en Noboa, quien al más puro estilo

⁶⁸ “Siguiendo la tradición populista ecuatoriana Abdalá usa símbolos religiosos...Bucaram explícitamente usó temas religiosos al compararse con Nebot como el verdadero cristiano que lucha contra el anti-Cristo, contra el hijo del diablo, contra el número de las listas socialcristianas, *el 666*, que en hojas volantes repartidas en Quito se lo calificaba como la Cifra de la Bestia. También señaló que las oligarquías han hecho dos Cristos, entre ellos el de corona de diamante y el tuyo con la corona de espinas, el de ellos con el manto de lujo y el tuyo con el manto de trapo. Su figura de mártir evoca a Cristo y a los Santos no sólo por su pureza y bondad sino por las atribuciones superiores que le da el haber sufrido: ahora es el merecido líder redentor de los pobres ecuatorianos. La religión continúa marcando la política nacional.” (De La Torre, 1996).

⁶⁹ Véase cronología: Noticia 39

bucaramista busca seducir a las masas votantes con la repetición de frases y gesticulaciones que lo afirman en su discurso mesiánico.

Parecería que Noboa quiso repetir la fórmula roldosista del genio de la dramaturgia: Adbalá (De La Torre, 1996) pero su distancia con los ritos bucaramistas repletos de símbolos enriquecidos en la cultura popular ecuatoriana hizo que la fórmula del éxito seguro no se repitiera en su caso.⁷⁰

Para Auyero es fundamental observar el marco conceptual sobre el clientelismo en el que a pesar de que las relaciones clientelares existen en la práctica para satisfacer intereses materiales y simbólicos vitales, éstos no siempre responden de manera positiva al cálculo racional que maximiza el potencial del patrón (y por ello al cliente), por lo que, no existe una relación de absoluta reciprocidad en el campo de las relaciones clientelares ya que, al estar ligadas fuertemente a las percepciones de los esquemas mentales colectivos estas dependen del habitus que se genera a partir de las acciones en la realidad cotidiana.

Esta realidad se manifiesta en expresiones infinitas de acuerdo a las condiciones históricas, el margen de libertad entre cliente y patrón a pesar de tener un sustrato múltiple tiende a limitar su campo de acción, por lo que el clientelismo político está inmerso en el espectro de la negociación y la disputa entre ambos actores del fenómeno (Auyero, 1996).

Se comienza a explicar el por qué a pesar de que Noboa ha desplegado una inmensa maquinaria clientelar no ha logrado consolidarse a él mismo como el actor principal de un sistema de representación que como explicamos en el primer capítulo de este estudio privilegia a las figuras, a los actores por sobre los procesos que los contienen.⁷¹

Su discurso religioso lo sitúa en el espacio de la antipolítica al cual ya se ha hecho mención en este recorrido teórico, la negación continua de sus intereses materiales (tanto políticos como económicos) a través del deseo caritativo y casi heroico

⁷⁰ “Los periodistas criticaron a Bucaram por repetir siempre el mismo discurso. Sin embargo, lo que a primera vista parecería falta de creatividad, más bien ilustra el carácter de creaciones colectivas de los discursos políticos. El orador repite aquellas frases, bromas gestos que otras veces ha logrado el efecto esperado.” (De La Torre, 1996).

⁷¹ Cuando se hace mención a la categoría de hiperpresidencialismo y personalismo en el proceso democrático de representación que se ha configurado en América Latina. Véase en este mismo estudio: Breve recorrido: Clientelismo y Democracia en el Ecuador.

de tomar las riendas del poder estatal en el Ecuador por el puro y desinteresado deseo de ayudar, develan a través del sistema de negación foucoultiano que el discurso religioso solo es un vínculo para poder reforzar en el imaginario de los votantes un sistema de reciprocidad clientelar en su lucha por alcanzar la representación política del Ejecutivo ¿No demuestra esta debelación discursiva un espíritu fascistoide y autoritario en los intereses políticos de Noboa?

Pretender sustituir al hijo de Dios en el imaginario cultural y político de sociedades fuertemente ligadas a la espiritualidad religiosa judeo-cristiana, demuestra que los discursos místicos maniqueístas de ciertos actores políticos revelan a ideologías autoritarias, que responden a procesos históricos que pretenden perpetuar de manera hegemónica sus propios intereses privados.

“Detrás de un gran hombre se esconde una gran mujer...”

Así reza un adagio popular que resulta interesante en el desarrollo de este acápite en el que, se hará mención a la figura femenina que ha acompañado a Noboa a lo largo de todas sus contiendas políticas.

Una mujer elegante blanca y preparada es quien acompaña a Noboa durante todas sus campañas políticas, su esposa Anabella ha sido una de las figuras sobre las que Noboa se sostiene:

Si bien la mayoría de blancos y mestizos anhelan ser blancos como los europeos y los norteamericanos no todos caben de igual manera dentro de la categoría de blanco... la blancura funciona en tanto capital simbólico, como un deseo que da privilegios y excluye no solo a los indios, sino a quienes están más cerca por sus rasgos fenotípicos, del color de la piel o de los apellidos del mundo indígena (De La Torre, 1996).

¿Por qué la figura de Anabella Azín puede ser vista como el comodín que equilibra a Noboa, quien es observado como el heredero político de Bucaram que genera el terror y la repulsión del loco, del otro, del vulgar; en la escena política ecuatoriana?

Así como en su momento Bucaram buscó un equilibrio para poder contraponer la imagen de barbarie que habría construido sobre sí mismo con la presencia de Rosalía Arteaga en su binomio presidencial, Noboa ha jugado con la imagen de su esposa y de su familia como ese capital simbólico que señala De La Torre que genera una suerte de espejo en el imaginario colectivo de las clases populares. Mientras Abdalá se aferra a la

potencia del imaginario popular no duda en escoger a una mujer de clase social más alta para su binomio presidencial:

Abdalá no solo da una serenata al pueblo para que voten por él, también invita al pueblo a que lo vea bailar con la futura Vicepresidenta Rosalía Arteaga que como el mismo dice es “una Doctora, Cientista, Periodista, Socióloga, una gran Maestra y, encima de eso una mujer muy guapa.” Entonces Bucaram, el hombre de pueblo, está seduciendo a una guapa mujer de clase social más alta, personificada en Rosalía. En actos públicos ella vistió elegantemente, cuidó su maquillaje y peinado... guardando la compostura de toda una dama... Abadalá, por su parte, como personificación de los sectores populares costeños iba de sport, casi siempre con guayabera... Al bailar con una dama representaba una fantasía sexual de los sectores populares: bailar y seducir a una mujer de clase más alta y más fina... (De La Torre, 1996).

¿Qué significa que una mujer que encaja con el estereotipo de belleza de la clase alta se haya casado con un hombre al que se le ha cuestionado no solo su capacidad intelectual sino su apariencia física, un hombre cuyo apelativo más común es el de Alvarito, el mongolito? Para responder esta pregunta se hará un acercamiento a lo que De La Torre denomina como el repugnante otro:

“Es común escuchar que los ecuatorianos no somos racistas. Esta opinión, al parecer señala la inexistencia en nuestro país de normas jurídicas o prácticas institucionales que discriminen a un individuo o grupo humano por su apariencia física, tal como ocurre en otros países calificados como racistas. Sin embargo, esta apreciación está muy lejana a la realidad: en el Ecuador existe desprecio racial, fundamentalmente en contra de aquellos denominados displicentemente como de color, de apariencia aindiada o chola relacionándolos instantáneamente con la pobreza o la suciedad...” (Almeida, 1996).

Cuando Almeida plantea al racismo como parte constitutiva del Estado ecuatoriano, hace referencia a esa división excluyente entre prácticas oficiales de una institucionalidad aparentemente tolerante y las generalizadas prácticas racistas cotidianas que se remiten a la esfera de lo privado en nuestra sociedad (evidente rezago de la estructura colonial); esta división presente en los imaginarios colectivos e individuales complementa la división entre clases sociales.

En el caso Latinoamericano, la práctica racista constituyó el elemento central de explotación descomunal de la fuerza de trabajo de un ser deshumanizado desde su condición de alteridad; mientras en la metrópoli las condiciones históricas situaban en el

no propietario al objeto de explotación para la reproducción del capital, en las colonias la objetivación de los sujetos con el mismo fin se sustenta en la superioridad del colonizador (el hombre blanco) sobre el colonizado (el otro indio).

Cabe mencionar en este punto que ambas categorías - etnia y clase - se convierten entonces, en factores de exclusión y explotación en Latinoamérica ¿Cómo la niña Anabella pudo casarse con el Alvarito?

La figura de Noboa recrea la posibilidad de ascender de escala social en el imaginario popular ecuatoriano a través del poder adquisitivo pese a que no pertenece a la *nobleza, patricios* guayaquileños, hay que recordar que su padre Noboa Naranjo, provino de los estratos populares de la Sierra Centro (Ambato). La fortuna que hereda Noboa de su padre funciona como un dispositivo de blanqueamiento, a través del cual pudo acceder a casarse con una mujer blanca, de origen europeo, educada, católica con quien puede salir a cenar en los mejor restaurantes neoyorquinos con la invitación segura de su círculo de negocios en el extranjero.⁷²

Noboa apela a las prácticas discursivas de Bucaram, sus continuos rezos, su ropaje informal, sus campañas puerta a puerta de entrega de alimentos pero su estrategia de posicionamiento mediático y la figura familiar que proyecta junto a Azín, lo aleja del codo a codo con el pueblo y lo ubica en la dimensión de la fantasía que se anhela construir a través de un golpe de suerte.

El niño rico, como lo denomina Bucaram al romper relaciones políticas con Noboa, proyecta un capital simbólico que en el imaginario de las clases subordinadas, (los no propietarios) posibilita una ruptura con sus condiciones materiales reales, este mecanismo de recreación de la vida perfecta, de la esposa inmaculada, significa en términos clientelares una sujeción al habitus (Auyero, 1996) del patrón a través de lo que Bourdieu describe como la capacidad de penetración que tienen los discursos hegemónicos en las clases subalternas desorganizadas para la supeditación de las mismas al status quo de una determinada clase social.

⁷² “¿Por qué se hizo publicidad del bautizo del hijo de Noboa en New York? ...Era una época en la que los ecuatorianos estaban con su autoestima por los suelos, eso le disgustó a Noboa, es por ello que él quiso hacer notar que no somos lo que sea y que existe un ecuatoriano que es capaz de agrupara a lo más importante del jet set internacional, Kennedy, la estrella que ganó el Oscar, queríamos demostrar que no somos de lo último...” (Sánchez, entrevista, 2004).

Azín representaría el sueño de toda mujer cauta, inteligente, guapa y por supuesto blanca:⁷³ “...Para votar todo 7, hacer perfecta la raya, para que no vayan a decir que está mal una raya, hay que traer una regla y rayar todo 7, nada eso de que mitad y mitad...”⁷⁴

Ser la esposa de un empresario multimillonario, de un buen político, de un filántropo, la determina como uno de los vínculos más importantes dentro del círculo íntimo de acción clientelar de Noboa, ella es el motor de una de las aristas más importantes de la máquina política prianista: La Fundación Cruzada Humanitaria. El sentido de caridad cristiana propia de la retórica del conquistador civilizado que llega a América a proveer a eso bárbaro de alma y espíritu, se podría trasladar perfectamente a los registros de la fundación en los que se ve la rubia cabellera de la Doctora Azín encabezando las brigadas médicas rodeada por cientos de *sus adorados pobres* quienes buscan la atención que solo ella les puede ofrecer.⁷⁵

Su figura refleja a una mujer conservadora pendiente (y dependiente) de su esposo, casi obediente a los mandatos del ser amado, convirtiéndose no solo en ese vínculo profesional con las masas votantes quienes la identifican como una especie de santa patrona sino como un símbolo de recato y buen proceder.

Hay una admiración profunda de ella por él... Ella dice que no concibe el cielo sin Perón. Tenía mucha libertad, pero en los términos en que él se lo permitía, es decir en el espacio político que a ella le dieron, pero que ella definió. Dependía de él, lo obedecía, y él la dejaba hacer. No eran iguales, no había equidad, ni podía haberla...Las lecturas efectuadas desde el peronismo...veían en Eva la imagen de una santa, potenciada aún más después de su muerte... (Marysa Navarro, 2003).

Cuando Marysa Navarro desempolva a la figura de Eva Perón en Argentina reconfigura las perspectivas simbólicas de uno de los liderazgos femeninos más reconocidos por la historia mundial. Contraria a una figura crítica de la dependencia conyugal Evita se transforma en un símbolo de buena crianza, después de una vida llena de mundanales actos Eva Perón denota una sensación de conversión a lo divino.

⁷³ Es evidente que este carácter de dependencia se constituyó como tal desde la perspectiva del conquistador sobre el conquistado (lo indio, lo negro) en base a la primera experiencia visual, es decir una experiencia sensual obviamente ligada a la estética de los colonizadores (lo blanco) Véase: De La Torre, 1996.

⁷⁴ Véase cronología Noticia 27.

⁷⁵ Véase Anexo Cruzada Humanitaria. Véase también la página web oficial del PRIAN.

La pertinencia de tocar en este punto a la figura de Evita se remite a que Azín parte de esa lógica de dependencia conyugal para poder empoderarse en el escenario político ecuatoriano, su discreción frente a los medios de comunicación, el continuo y perseverante apoyo a su marido, su meticulosa presencia en torno a la familia Noboa-Azín, hacen pensar en la evocación de la perfecta figura que esgrime Evita como el vínculo entre Perón y sus amados descamisados.

Es así como Azín⁷⁶ se transforma en ese comodín operativo del círculo íntimo dentro del tejido de redes clientelares de su binomio presidencial y flamante esposo: Álvaro Noboa, el multimillonario que sueña con ser presidente.

PRIAN: El club de amigos de Alvarito

A lo largo de los anteriores capítulos se ha formulado ya el inicio del Partido Renovación Institucional Acción Nacional, Álvaro Noboa junto a un selecto grupo de colaboradores y amigos personales de éste: Wilson y Sylka Sánchez, Director Nacional del PRIAN y abogada personal respectivamente; Vicente Taiano, Secretario General del PRIAN y abogado de sus empresas; Iván Carmigniani, Director de MercaNoboa, Nelson López, Director provincial del PRIAN en Cotopaxi, entre otros que de alguna manera están ligados a la administración de sus empresas.

El patrimonio familiar y personal de Álvaro Noboa se consolida en un monopolio productivo y comercial compuesto por:

- Grupo Noboa: Industria Molinera, Café Ultramares, Chocolate Noboa, C&V Comercial y Ventas, Colacao, Sociedad Agrícola San Adolfo, Dispacific S.A, y Corporación Automotriz S.A.
- Corporación Noboa: Bananera Noboa que incluye once haciendas Los Álamos, Clementina, Martinico, La Julia, San Honorato, Loma Larga, Ángela María, Mercedes, Bonita, Bicoca y Montaña.
- Treinta y cuatro flotas de barcos en cuatro empresas navieras: Transmabo S.A., Ecuadorian Line, Fluidos Navieros S.A., y Operador Portuario del Pacífico.
- La empresa de aviación Líneas Aéreas Nacionales (LAN).

⁷⁶ En la entrevista realizada a uno de los ex trabajadores de Molinos Poulter no se menciona en ningún instante la presencia de Azín en la implementación de las brigadas en Cotopaxi. Maya confirmó que la única manifestación de Azín con la provincia de Cotopaxi fue el envío de dos grandes cruzadas humanitarias durante la administración municipal.

- Seguros Cóndor.
- Industria Cartonera Ecuatoriana.
- Empresas personales: Promandato Global, Banco del Litoral y Revista La Verdad.

Dicho patrimonio económico corresponde a 1.200 millones de dólares, valor en el que 1000 millones de dólares son parte de la fortuna Noboa y 200 millones de dólares a su fortuna personal que de una u otra forma acoge en su seno productivo a quienes formarán parte del club de amigos de Noboa.

Para Auyero la conformación del círculo íntimo define el alcance de acción que éste pueda generar con los círculos exteriores de apoyo, la génesis de este proceso devela el círculo de aprendizaje en donde se asentaran las relaciones clientelares.

Para el autor a partir de una relación de afecto o amistad entre alguien que necesita ayuda de alguna forma y alguien que puede ofrecer subsanar esa necesidad se da inicio a una relación de dependencia personal, en la que un lazo de amor permite el reconocimiento mutuo de sujetos en una esfera de reciprocidad que puede transformarse en un lazo de dominación a través de formas sutiles de dependencia o asistencialismo, el lazo clientelar de aquellos: amantes, amigos, esclavos y amos se genera cuando el apoyo político se vuelve explícito en la relación cotidiana a través de la lealtad que ambos se deben. (Auyero, 1996).

El lazo de amistad cumple un papel ideológico implícito, en el que el aprendizaje de la relación clientelar reafirma y reproduce prácticas concretas en un espacio específico que propicia un habitus clientelar, en donde de manera simultánea se seguirán fortaleciendo las prácticas clientelares que este lazo afectivo entreteje.

De esta forma la convivencia en el habitus clientelar produce una estrategia particular y específica en la que el amigo, el amante, el esclavo se convierten en los mediadores políticos del referente del que todos dependen simbólicamente y a través del cual, reafirman su capacidad de ingresar en el espacio del juego político decisional en el espacio donde se encuentren.

Esta especie de amor cautivo que enuncia Auyero en las prácticas clientelares que se aprenden en el espacio del círculo íntimo se trasladan a los otros círculos de apoyo exterior del posible candidato; las estrategias asimiladas responden a líneas de acción coherentes y objetivas en las que se procura mantener las nociones aprendidas

como nociones olvidadas (Auyero, 2004) o asumidas como experiencia empírica desprovista de intereses personalistas.

...Luego de Alarcón el manejo legislativo del PRIAN es de lo más destacable, son estrategias se necesita inteligencia, son mediadores natos, negociadores características que deben tener todo político, pero esa capacidad innata es propia del PRIAN, son votos bisagra dan estabilidad y en otro le quitan, posición acertada, van captando lo que ellos quieren por olfato político, en la práctica tiene percepción... (Fabara, entrevista, 2004).

El círculo de acción íntima del patrón o referente se autodetermina a través de la relación que establecen como mediadores, la delegación de autoridad que recae en sus manos, los motiva a asumir a las estrategias políticas del partido o del actor como suyas propias, con lo que su cotidianidad se marcará tanto con el sentido de filiación que imprimió la relación afectiva inicial como con el sentido de lealtad política y coherencia activa en el proceso de resolución de problemas que las posibles masas votantes puedan reclamar al referente o candidato, sin que esto se entienda como un acto de intercambio consciente y utilitarista.

Usualmente, los mediadores hacen favores (distribuyen comida y medicamentos) a sus potenciales votantes, pero no están solos en la tarea. Tienen un “círculo íntimo” de seguidores. Estos son los “satélites personales” del mediador, para hablar con Sahlins (1977:222). La red de resolución de problemas consiste de una serie de círculos o ruedas de forma irregular, que pivotan alrededor del puntero/referente. Este está relacionado con los miembros de su “círculo íntimo” por medio de lazos fuertes de amistad duradera, de parentesco, real o ficticio (Auyero, 2004).

En la descripción que Auyero hace de cómo son observados aquellos quienes pertenecen al círculo de acción íntima de los referentes, se convierte en una clara evidencia del contenido subjetivo que las prácticas clientelares arraigan en su interior, las relaciones de dominación sutil a las que estamos expuestos generan fuertes lazos de readecuación dentro de ellas mismas, con lo que vislumbrar el carácter de intercambio material o simbólico que se da en la relación clientelar resulta difícil de observar y más aún de asumir.

Si el círculo de acción íntima logra engarzar el contenido de sus prácticas dentro de los posibles círculos de apoyo exterior, la estrategia del candidato se afianza y logra cumplir su objetivo: ganar las elecciones pero si el manejo de los diversos aparatos con

los que cuenta el referente no logra cuajar en el imaginario de las masas votantes como una solución real, los niveles de apoyo disminuyen.

Entonces ¿Cuál es la idea que proyecta en el imaginario de esas masas votantes el guardaespaldas que acompaña a Noboa en cada una de sus campañas como parte fundamental de su círculo íntimo de acción? En el documental de Barriga se observa como de la billetera de su guardaespaldas, por pedido expreso de Noboa, salen algunos billetes de \$ 20.00 (c/u), él los recibe y se los entrega a una anciana minusválida durante un mitin electoral.

¿Cuál es la función simbólica que cumple un hombre negro, corpulento y de gran confianza del Abogado en la construcción de la maquinaria clientelar de Noboa? Las respuestas podrían ser varias; sin embargo, una de las interpretaciones más cercanas que se puede percibir es la doble función que este personaje cumple en la vida de Noboa: por un lado, le proporciona la protección que solo el *pueblo sabe dar* y por otro, le imprime el deseo de control sobre la masculinidad incontrolable de los *machos populares*.

La cuestionada masculinidad de Noboa es resarcida en varias ocasiones a través de dispositivos de apoyo como su guardaespaldas o el escándalo sexual en el que se vio envuelto luego de que una modelo norteamericana presentara una acusación formal por asalto sexual en el 2009, es interesante revisar comentarios como los de su propio sobrino refiriéndose al incidente:

[Francisco Noboa](#) dice: Esta modelo es una p*** de mierda que le quiere sacar dinero al Abg. Álvaro Noboa, tranquilo que usted va a ganar ese juicio, la verdad siempre sale a la luz, que pena que el Ab. Noboa no gano las elecciones hace tres años, como estuviera bien este país y no como estamos con el comunista Correa...⁷⁷

En el mismo sitio web los comentarios dudan de la capacidad de Alvarito para *poder* con la modelo, entre los ex- trabajadores de los Molinos Poulitier las risas estallan cuando se insinúa de manera casi inadvertida que “...de repente para eso le tiene al negro...”

La figura de Noboa en la provincia logra permanecer como referente tan solo en su círculo de acción íntima: “Yo en ese aspecto respeto mucho a Álvaro Noboa, es un hombre que no sabe mentir y para poder ganar aquí como lo dije hace un momento hay

⁷⁷ Véase cronología: Noticia: 47. 10 noviembre 2009 en www.bitacoras.com.

que saber mentir y gana, no hay una cultura bien definida...” (Sanpedro, entrevista, 2009).

Los amigos de Alvarito son pocos pero muy comprometidos con la causa prianista, a pesar de todo el desgaste que ha sufrido su figura en estos dos últimos períodos electorales en la provincia:

Una reorganización, retomar a los viejos líderes, amigos a los simpatizantes, que han creído o creen que el señor Noboa, pueda ser una expectativa, que el entendimiento y la tranquilidad retome a todos los ecuatorianos, las expectativas de tener un nuevo Ecuador a través de un nuevo sistema operativo de gobierno, necesitamos nosotros producir la humanística que tiene el socialismo; tiene que haber la industria, el progreso, si no tenemos industria, si no tenemos empresas grandes, medianas o pequeñas dónde van a ir a trabajar nuestros hijos... (Izurieta, entrevista, 2009).

Las distintas declaraciones de los miembros cercanos al Abogado son argumentos que permiten ratificar que el PRIAN se ha perfilado como un partido de amigos también en la provincia de Cotopaxi.

Si se hace un recuento de los binomios que han acompañado a Noboa en su carrera por la presidencia se demuestra que tres de ellos: Alfredo Castillo 2002, Vicente Taiano 2006 y Anabella Azín 2009, son parte de su círculo de amigos más íntimo y a la vez, son intermediarios claves en el posicionamiento de la figura de Noboa como un actor político humano y distinto al resto de candidatos. Él ha optado por rodearse de manera casi blindada de sus fieles amigos y familia (Sánchez, Vásquez, Taiano, Castillo, Azín) y de sus fervientes colaboradores (Sanpedro, Izurieta y sin duda su guardaespaldas) para poder sostenerse sobre una maquinaria clientelar con escasos lazos emotivos.

...Actores que, como la directora de la escuela, no viven en la villa sino que sólo trabajan allí, son los únicos que utilizan el término “clientelismo político” para dar cuenta del intercambio de bienes y favores por exteriorizaciones de apoyo público. Un arquitecto de una organización no gubernamental, la directora de la escuela, una militante de un partido de centroizquierda (que vive en un barrio aledaño) son los únicos que se refieren a las prácticas políticas en el interior de la villa como prácticas que siguen una lógica clientelar. Utilizan la noción como a) una acusación de las prácticas manipuladoras de los punteros peronistas de la villa; b) como evidencia de la “inocencia” de los villeros; o c) como una manifestación de su persistente y tradicional “manera de hacer las cosas”. Como me comenta la activista... apenas comenzamos nuestra conversación: “Sabes, nosotros estamos en contra del clientelismo

político, de repartir comida para que la gente vaya a los actos...” Sin embargo, a pesar de ser los únicos que utilizan el término “clientelismo”, no son los únicos en denunciar el “uso de las necesidades de la gente con fines políticos”. Muchos vecinos de Paraíso se refieren a los actos organizados por el partido peronista como una palpable demostración de la manera en que los necesitados pueden ser “usados” por “políticos corruptos”... (Auyero, 2002).

El enunciado de Auyero permite interpretar al clientelismo en Noboa desde dos ángulos, por un lado, la lealtad de amigos resumida en la lealtad al patrono y lealtad institucional y por otro, una identificación desde la perspectiva política de resolución de conflictos.

Aquí cabe anotar que existe un numeroso grupo de colaboradores cercanos a Noboa que considera que lo que hace es vender su fuerza de trabajo, que muchas veces se siente explotado, mal pagado, perjudicado, y que con el apoyo al candidato lo único que habrá hecho es cumplir con una tarea más que le asignaron quienes están pagando por su tiempo laboral, en ese sentido habría un cambio de favores por votos o de votos por favores a través de una condición de dependencia material y simbólica de los colaboradores.

...Se han roto los esquemas de lo que es la ideología para los políticos, antes podía verse como grandes líneas de pensamiento a través de las cuales me rijo para organizar una sociedad de conformidad con esas líneas. Qué es ahora la ideología, para mi es decir Latacunga, Cotopaxi, todo lo que signifique ayuda y progreso para la provincia, eso es mi ideología, esto va de una relación directa, porque yo no quiero abstraerme de la obligación pero creo que es el pueblo el que le está obligando a cambiar, cuando usted gana lo primero que hace, incluso los medios de comunicación que son el cuarto poder por no decir el primero que incluso hacen justicia paralela que le dicen, que deben despojarse de su ideología política y trabajar por el Ecuador, por la ciudad, por la provincia, dejando sus camisetas, ahí se ve un arraigamiento de ese pensamiento en las personas, es el pueblo el que esta desencantado de las ideologías... (Sanpedro, entrevista, 2009).

La referencia de Sanpedro es decisiva en el análisis de la sujeción, del sistema de lealtad que los colaboradores del círculo más cercano a Noboa tienen con respecto a sus líneas de acción programática, el llamado a la unión, el rechazo a una programática ideológica, la delegación de la responsabilidad política al pueblo, son parte fundamental de la programática del referente a través del cual se recrean las dimensiones ideológicas a las que en realidad responde cualquier proceso político que disputa el poder del Estado.

La descripción analítica de la trilogía que compone la máquina política de Noboa en la provincia de Cotopaxi, permite transparentar los distintos mecanismos clientelares que unifican a la maquinaria electoral que sostiene a Noboa como un actor político familiar en el espacio de la disputa por el control del Estado en nuestro país.

Observar la dinámica local a través del engranaje económico y simbólico que contienen los Molinos Poulter, la Fundación Cruzada Nueva Humanidad y la sede provincial del PRIAN en la vida cotidiana de Cotopaxi, permite visualizar los escenarios de readecuación frente a un debilitamiento acelerado en la construcción de las redes clientelares de apoyo a Noboa ¿Por qué a pesar de que sus relaciones políticas son clientelares a Noboa le falla la estrategia de triunfo electoral a la que apunta el clientelismo político como fenómeno estructural del modelo democrático con el que el Ecuador cuenta?

A partir de este acercamiento a las dimensiones objetivas y subjetivas que se señalan en la construcción de redes clientelares del PRIAN en Cotopaxi, se abre la posibilidad de diagramar las estrategias electorales (las fallidas y las que se trata de readecuar) a las que apunta el PRIAN no solo en Cotopaxi sino en el espacio más amplio del panorama nacional, a través de la maquinaria clientelar que Noboa ha edificado y que sigue funcionando en el espacio de representación de la política institucional en el país.

CAPÍTULO IV LA CARRERA POR LA PRESIDENCIA

Hasta aquí se ha tratado de hilar las estrategias de acción que la maquinaria clientelar de Noboa entrelaza en medio de la búsqueda de construir un lugar de representación en el espacio decisional del Estado.

Desde 1998, año de su primera postulación presidencial, Noboa se perfila como una opción diferenciada de la clásica derecha en el Ecuador, la herencia bucamamista como se ha dicho ya en capítulos anteriores, hace que este outsider político se coloque (desde hace más de diez años ya en el país) como una de las candidaturas más votadas en todos los períodos electorales en los que se ha enlistado.

ELECCIONES PRESIDENCIALES 2009 RESULTADOS NACIONALES					
Partido /Mov.	Candidato	%	Total	Hombres	Mujeres
MPAIS	Rafael Correa Delgado	51,99	3.584.979	1.779.506	1.805.473
PSP	Lucio Gutiérrez	28,24	1.947.227	976.427	970.800
PRIAN	Álvaro Noboa	11,40	786.339	393.652	392.687

*Datos tomados de: Informe de coyuntura – Ecuador – enero a abril 2009 – OSAL.

“Como ocurrió en 1979 contra Jaime Roldós, en 2006 enfiló contra Rafael Correa otro proyecto político identificado abiertamente con los intereses de la oligarquía y las derechas institucionales. Es esto lo que polarizó la elección de segunda vuelta” (Hidalgo Flor, 2009). En las últimas elecciones nacionales la derecha tradicional representada por el PSC, UDC, PRE; entre otros, se alinearon con Noboa a pesar de no ser santo de su devoción, manifestaban que sus intereses eran los mismos que los del heredero⁷⁸, cuando la probabilidad del triunfo del binomio Correa-Moreno casi todas las candidaturas coincidieron en el lema: “Todos contra Correa”.

Durante la segunda vuelta electoral toda la derecha económica y política beneficiaria del modelo empresarial de desarrollo consolidado durante las dos últimas décadas enlazó a varios medios de comunicación.

⁷⁸ En el video de Barriga se ve claramente a varios personajes como Pascual Del Ciopo (PSC) y Jimmy Jairala (PRE) acudiendo a respaldar a Noboa para la segunda vuelta electoral.

...Particularmente las grandes empresas de televisión privada, sostuvieron y respaldaron la candidatura de Álvaro Noboa, convertido en la nueva esperanza salvadora del neoliberalismo criollo, del sistema político existente y de la garantía del poder hegemónico constituido por todos ellos. Desde luego, a esas fuerzas internas hay que sumar ciertas fuerzas internacionales, como las que han llevado adelante la diplomacia neoimperialista del gobierno norteamericano y las que soportan la expansión “globalizadora” del capital transnacional... (Hidalgo Flor, 2009).

En la última coyuntura electoral el fracaso de Noboa se muestra de manera clara en casi todo el país, es interesante remontarse a las cifras de años anteriores para poder observar el desgaste continuo que la figura de Noboa ha tenido a nivel local.

Los resultados electorales arrojados desde 2002 dan una perspectiva concreta del nivel de apoyo electoral con el que ha contado Noboa desde su primera candidatura presidencial independiente en la provincia de Cotopaxi:

Año de elección		2002 2da vuelta	
Partido	Candidato	Votos	%
PSP	Lucio Gutiérrez	125134	79,46
PRE	Álvaro Noboa	32355	20,54
Año de elección		2006 2da vuelta	
Partido	Candidato	Votos	%
AP	Rafael Correa	141.051	75,41
PRIAN	Álvaro Noboa	45.999	24,59
Año de elección		2009	
Partido	Candidato	Votos	%
PSP	Lucio Gutiérrez	86.733	43,98
PRIAN	Álvaro Noboa	9.059	4,59

*Cuadro de elaboración propia. Datos tomados de: Delegación Electoral Provincial Cotopaxi (antes Tribunal Provincial Electoral) y del Consejo Nacional Electoral.

A partir de la crisis política con la caída de Bucaram y posteriormente con la de Mahuad, los partidos políticos tradicionales comienzan a debilitarse y el fenómeno de la antipolítica encuentra cabida en la mayor parte de nuevas candidaturas en el espectro electoral nacional.

En el primer capítulo se hizo un acercamiento a lo que significó para el Ecuador una crisis estructural (política, social y económica) que sigue generando puntos de enlace con los sucesos más reciente de la vida pública en el país. La importancia de mirar los datos electorales y enunciar el período de crisis que los atraviesa, radica en la necesidad de observar los niveles de legitimación que cobran los llamados outsiders en la política de representación a partir de la crisis, Noboa se convierte en uno de ellos a través de la maquinaria política clientelar que logra aglutinar para su candidatura, el discurso antipolítico que enarbola lo acompañará hasta su última campaña en la que logra alcanzar el tercer lugar en el conteo de votos.

En la provincia de Cotopaxi Noboa se ha colocado en la segunda posición electoral más votada ¿Qué es lo que ha impedido que gane? Aparentemente la construcción de outsiders en la política ecuatoriana ha generado una multiplicidad de adecuaciones del fenómeno clientelar, si miramos las cifras de los últimos dos procesos electorales, Noboa se está rodeado de nuevos actores emergentes en la política nacional de los últimos cinco años, el aceleramiento y reconfiguración continuos de las estrategias de los nuevos actores políticos en la escena ecuatoriana habrían desgastado el discurso “refrescante y sencillo” que Noboa había venido dando desde hace diez años.

Uno de los puntos flacos de su campaña en Cotopaxi, fue haber desgastado los discursos que aluden a lo marginal y a lo divino⁷⁹, la imagen de buen empresario poco a poco se fue transformando en la imagen de un tipo poco inteligente y por lo tanto, poco capaz de construirse como un referente de autoridad, tomando en cuenta que es el sector urbano de clase media a quienes el PRIAN congrega en Cotopaxi:

...Yo creo que hablar de dirigencias políticas de Cotopaxi, sería hablar sin conocimiento de la política, nunca los indígenas van a traicionar a su raza, de tal manera que tenemos que luchar nosotros por todo lo que es la provincia, lo urbano, los rurales muy poco... todo los partidos políticos hemos tenido un bajísimo nivel de votantes. Pachakutik tiene sobre cien en cada mesa, otros con 4 con 5 nada más, posiblemente de los indígenas que se equivocan... (Vásquez, entrevista, 2009).

⁷⁹ Entrevista en off: Rafael Maya llamó la atención al círculo íntimo de Noboa con el fin de advertirle que el uso de los símbolos religiosos como la Biblia y el crucifijo podían interpretarse como una burla a la enraizada religiosidad del pueblo cotopaxense y por lo tanto, le restaría puntaje dentro de la provincia.

Se ha descrito ya cual es la relación simbólica que las clases medias guardan con un discurso de progreso y de movilidad social en los anteriores capítulos, además se ha analizado que la mayor parte de votantes provienen de sectores lejanos a las lógicas de marginalidad estructural; si conjugamos ambas posturas los resultados electorales que obtiene Noboa en la provincia pueden ser leídos a través del desgaste simbólico de su figura de triunfador.

Existen dos cosas, dos partes no solamente en el PRIAN sino en todos los partidos políticos, para mí las conveniencias juegan un papel muy preponderante en la inclinación de la gente cuando se encuentra comprometida. La mujer también necesita tener su espacio de trabajo, su espacio político, acude sin conocer el ideario político, simplemente estamos avizorando de aquí que los ecuatorianos vamos apostando al ganador, al que tenga mayor propaganda política, al que se vea mejor en la televisión, al que tenga ayudas económicas, sin importar realmente que consecuencias pueda tener, nos interesa simplemente el momento y luego el futuro... (Vásquez, entrevista, 2009).

El testimonio de Vásquez refleja el imaginario político de la clase media de Cotopaxi que se concentra en su cabecera cantonal, la ciudad de Latacunga, en donde la política está muy ligada a la construcción subjetiva de redes clientelares, el status social deviene de la representación del espacio local, casa adentro.

Tanto Maya como Vásquez logran consolidarse en el espectro electoral en la provincia por un lado por sus vínculos sociales en la zona y por otro, por la enorme maquinaria política que se pone al servicio de sus candidaturas.

El 26,18% de la población latacungueña accede a votar por Maya para Alcalde de la ciudad en el período 2005-2009, si se comparan las cifras de la elección más cercana de Noboa para el período 2006 es el 24,59% de la población en toda la provincia la que vota por el proyecto presidencial de Noboa.

Dos concejales del PRIAN estuvieron en mi período, el Dr. Bedoya, que a los dos días de haber ganado se puso en la oposición y el Dr. Navas que yo le traje a trabajar conmigo pero igualmente me defraudó, también estaba el Dr. Sanpedro, él ya estaba antes, conmigo no habían las prebendas así que parece que se enojó... hay mucha pugna al interior del partido... él manda gente de allá para que nos controle y no viene para ver como funcionamos, él tiene que cambiar su forma de ser... (Maya, entrevista, 2009).

A continuación se verá como Noboa se perfila como el candidato que no alcanza el poder ejecutivo pero que logra introducirse en los niveles de representación legislativa o en los de la administración local.

El PRIAN se ha convertido en el perfil de la nueva derecha ecuatoriana, a través de la cual se alinean tanto la vieja partidocracia como los nuevos políticos herederos de la crisis estructural a la que ya se ha hecho mención.

“Adelante Ecuador Adelante. Álvaro Noboa Presidente”⁸⁰

El conocido lema de campaña de Noboa lo sigue durante toda la década en la que se postula como la segunda fuerza política del Ecuador “Adelante Ecuador, Adelante: Álvaro Noboa Presidente”, es el eco de una campaña con ofrecimientos claros y concisos, acompañados de enormes redes de resolución de problemas de los posibles electores. Las enormes brigadas médicas y el despliegue logístico desde su complejo industrial televisados en alegóricos spots publicitarios hacen de Noboa el candidato con mayor despliegue mediático que hasta antes del 2006 se había postulado a la Presidencia del Ecuador.

El estudio del discurso de Noboa basado en un mensaje reiterativo “Adelante Ecuador Adelante”, que sobre si encarna al ser redentor del pueblo que busca sacar de la miseria a la cual ha sido condenado por los partidos tradicionales, que invita a todos los compatriotas de todas las ideologías a unirse para derrotar a los políticos de siempre y reconstruir el nuevo Ecuador.

Su lenguaje concreto enfrenta las ofertas abstractas de los otros candidatos, sobre la base de una ideología de contenido liberal (salvo en la relación Estado-Iglesia, donde el propio candidato parece estar más comprometido a una fusión de ambos que a su separación). Hace promesas de provisión de servicios estatales (agua potable y calles pavimentadas, apertura de escuelas, construcción de casas) y en la resolución de los problemas de los sectores marginados en los barrios más populares de Guayaquil (La Febres Cordero, Isla Trinitaria, Flor de Bastión o Lomas de la Florida, entre otros). En este sentido, reeditó el famoso “pan, techo y empleo”, como una manera de atraer a un electorado pobre, que alcanzaba al 60% de la población en

⁸⁰ “El grito ¡un solo toque!, por ejemplo, que según cuenta la prensa se convirtió en el grito de combate y luego de celebración de los abdalistas, tuvo su origen en un muchacho esmeraldeño que gritaba exaltadamente: ¡Un solo toque! ¡Un solo toque! Su grito pegó y los que rodeaban a Abdalá empezaron a gritar la consigna. Esta frase simple que viene del fútbol, tocar la pelota, luego fue incorporada por Abdalá en su oratoria” (De La Torre, 1996).

el 2006 y que continúa siendo uno de los problemas centrales del país... (Freidenberg, 2008).

Freidenberg identifica la reactualización de un lema esgrimido por la derecha tradicional ecuatoriana: “Pan, techo y empleo” en el discurso de Noboa cuya finalidad es capturar de manera extendida a los sectores estructuralmente marginalizados, los claros ofrecimientos materiales a los que Noboa apunta en todos sus discursos son un vehículo de significación en los estratos populares o por lo menos lo fueron durante sus dos primeras campañas.⁸¹

De La Torre señala que el estudio de los discursos de los líderes tiene que estar acompañado por el análisis de cómo los potenciales clientes o seguidores reciben estos mensajes. No se puede asumir que los seguidores aceptan pasivamente los discursos de los líderes, o que los discursos tengan un solo significado.

La manera en que los individuos perciban al líder, las evaluaciones que realicen producto de esa percepción y el modo en que procesen lo que él significa para cambiar la situación en la que viven, resulta fundamental para comprender las decisiones que esos individuos asuman... Para que haya un líder debe haber gente que se deje liderar, por lo que, sin seguidores, no hay líder. El rasgo distintivo del tipo político de personalidad común a todos los líderes es la acentuada demanda de valores de deferencia, sobre todo de poder y de respeto y, en menor medida, de la rectitud y del afecto... (Freidenberg, 2008).

Ambos autores confirman la necesidad de observar a las redes clientelares no solo como el mero acto del intercambio, sino como una de las estrategias políticas más complejas a través de la cual se enlazan elementos materiales y simbólicos de significación que construyen el espacio de lo público decisonal.

Su campaña: gasto electoral y medios de comunicación

Es importante enunciar desde Auyero cómo el componente mediático define la conformación de las redes clientelares subjetivas en el proceso político electoral, el entrelazamiento directo y personalizado del candidato con las masas votantes a través

⁸¹ El estilo de liderazgo populista está caracterizado por una relación personalista y paternalista entre el líder o puntero y sus seguidores o clientes, el líder no reconoce mediaciones organizativas o institucionales, habla en nombre del pueblo y potencia discursivamente la oposición de éste con “los otros”; donde los seguidores están convencidos de las cualidades extraordinarias del líder y creen que gracias a ellas y/o al intercambio clientelar conseguirán mejorar su situación personal o la de su entorno (Freidenberg, 2007).

del rol que cumplen los medios de comunicación dentro de un proceso político, determina un nivel de aceptación en la vida pública sin necesidad de accionar de manera directa en ella.

A pesar de la existencia de otro tipo de redes de apoyo que son de suma importancia (como las redes de resolución de problemas concretos que crean los círculos íntimos o los mediadores) a la hora de conquistar el voto la extensa campaña televisiva que implantó Noboa a lo largo de sus contiendas electorales marca una forma estratégica de acercamiento con los circuitos más alejados del país, en donde las imágenes de la repartición de productos de sus industrias, sus brigadas médicas y la nueva esperanza que trae el PRIAN, generan un vínculo de aceptación de la figura de Noboa como un potencial representante del cambio a nivel nacional.

Weyland en su artículo “El populismo en el estudio de la política Latinoamérica” cita a Connif para establecer la forma en la que cada vez es menos importante la mediación organizativa para el líder populista, quien prefiere la TV como un instrumento poderoso para proyectar su liderazgo y un medio de contacto cuasi personal con millones de personas simultáneamente (De La Torre, 2004).

Por ejemplo la señora Marisol Ruiz que iba a recibir una silla de ruedas en Calderón y que además tiene polio está sola 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 ojala que Dios le ayude para que gane y que ojala 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 (De La Torre, 2006).

La estrategia de intercambio clientelar abocada a los medios a través de los cuales se engrandecen los actos benéficos de Noboa durante las campañas electorales, resintió a varios sectores de la sociedad, en donde curar a los pobres era visto como un acto de cinismo propio de las clases oligárquicas de este país.⁸²

De la Torre cuando analiza los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia, señala que la televisión está transformando rápidamente la manera en la que los candidatos son creados, vendidos y consolidados;

⁸² El autor describe como la estrategia del ataque entre ambos finalistas: Correa y Noboa evidenciaron virulentas acusaciones a través de las cuales se generó una actitud política del electorado, cuando Noboa fue mostrado como un cínico ricachón su discurso que contraponía al pueblo con las oligarquías es puesto en duda (De La Torre, 2006: 37-49).

sin embargo, la propaganda y las apariciones en TV no necesariamente ayudan a ganar una elección. La televisión no ha reemplazado a las maquinarias electorales de los partidos políticos, ni al clientelismo, ni a los mítines masivos en el Ecuador.

La pugna que sostiene a los actores políticos populistas clientelares entre pueblo vs. oligarquías se tambalea del otro lado de la pantalla, las buenas intenciones de Noboa comienzan a desvanecerse dentro de la perspectiva mediática, consecuencia de esto en la provincia de Cotopaxi, Noboa se ve obligado a redoblar la entrega de bienes y servicios durante sus campañas puerta a puerta:

En el legítimo ejercicio que teníamos todos los candidatos, entregar un aporte simbólico puede ser, económico, en productos, no le quedo más remedio al señor Noboa que teniendo sus productos entregar... Absolutamente no hay partido político en el mundo y en la nación también que no acuda a este cliente, es parte del clientelismo, es el dar, es el ser generoso con quienes pretenden tener el voto, de tal manera que no nos ofendamos, si en cada una de las elecciones se entrega. En estas últimas cuantos millones se despilfarraron, por decirlo así, en busca de un voto... (Vásquez, entrevista, 2009).

La política contemporánea es un espectáculo de realidad virtual, donde al parecer las palabras escritas y el habla se derrumba, mientras que la imagen consigue más y más poder, ¿Sería acaso ésta la estrategia de Noboa: sumirse en una campaña repleta de imágenes mediáticas, en las que mostraba su portentosa máquina política, sería eso suficiente para garantizarle el acceso al poder?

Para responder esa inquietud, el mismo autor manifiesta que para conocer y apreciar a un político, escucharlo y ver su cara, sus poses y sus gestos, saber si convence o no, o si produce simpatía o repugnancia, incluso para saber detalles de su vida privada, no hace falta estar cerca de él, ser activista político, acudir a mítines o molestarse abriéndole la puerta de la casa, basta con encender el televisor o la radio a la hora y en el canal apropiado y de vez en cuando leer algo impreso.

Dentro de este esquema se enmarca la campaña televisiva de Noboa, la cual deja ver su vida privada, éxitos profesionales, fama y fortuna, crecimiento económico y ayuda social, convirtiéndose en una herramienta de poder para legitimarlo frente a las masas.

En la campaña presidencial del 2002 durante la segunda vuelta electoral Noboa invirtió 1'032.186.59 millones de dólares en gasto electoral, de esa cantidad el 78,42% estuvo destinado para publicidad televisada.

Para el 2006 el PRIAN excede el gasto permitido con 3 millones de dólares tan solo en publicidad televisada. En el 2009 su gasto en publicidad televisada fue de 448,981.00 dólares, monto superado por primera vez desde el inicio de su vida política en 1998 por su contrincante Rafael Correa, quien habría invertido solo en la promoción de su figura candidatizable 494,566.64 dólares por tiempo aire en televisión nacional.⁸³

La socialización de las redes clientelares en Noboa está definida desde la capacidad de adquisición de espacios mediáticos; su interrelación con los mediadores y los clientes, a través de su Fundación, Empresas y Partido Político se recrean en los mass-medias.

El líder-magnate inalcanzable en sus espacios cotidianos de convivencia, se vuelve *pan de todos los días* a la hora de encender las pantallas en tiempo de contienda electoral ¿Quién es el Noboa de la TV y quién el Noboa que recorre las calles en busca de un voto?

El candidato a la Presidencia de la República, Álvaro Noboa, del PRIAN lista 7, mostró en uno de sus spots de su binomio Anabella Azín la imagen de niño/as, lo que violenta el artículo 52 numeral 2 del Código de la Niñez y Adolescencia establece: “Se prohíbe.../...La utilización de niños y niñas o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político o religioso... (Participación Ciudadana, 2009).

Esta bipartición de Noboa en *el uno* de pantalla y *el otro* real, marcan la distancia con un número sustancial de las masas votantes en Cotopaxi:

Si este hombre se ha prestado como parapeto de estantería, que saca señorita, ¡a ver! Dígame usted, ya no se le cree... yo más voy a votar por despecho por el otro monito, porque al principio sí le creí, sí dije ha de hacer algo por nosotros, ha de venir a visitar siquiera pero el pobre creo que es hasta enfermo, porque en la tele semejante lindo que hablaba y ahora ya ni en la tele, parece que le han hecho acholar de tanto molestarle que es mudito y por eso ahora ya ni en la tele habla, solo lo que da las medicinas se le ve y nada más...Uh! Ya no, por el Noboita ya no... todavía para que la harina siga carísima... ¡Uh! ¡No! ¡Qué va! (Comerciantes minoristas mercado El Salto, entrevista, 2009).

Es claro que la estrategia clientelar falla en Cotopaxi, las redes de apoyo sujetas al Molino Poulter no se sostienen en el discurso mediatizado de un líder o puntero ausente. Auyero sugiere que los afectos que se crean alrededor de la figura del líder son

⁸³ Datos tomados del Informe Monitoreo de Medios 2002, 2006, 2009: www.participacionciudadana.com

trasladados a una construcción subjetiva colectiva, en la que la práctica hegemónica del puntero logra introducirse en cada uno de los espacios cotidianos de los círculos de apoyo clientelar.

Sin duda el Ecuador a pesar de contar con un porcentaje elevado de televidentes asiduos (un ecuatoriano promedio mira entre 4 y 6 horas diarias de televisión nacional) (IRFEYAL, 2007) el espectro mediático no ha sido suficiente para poder sostener las enormes maquinarias clientelares que los actores políticos emergentes han desplegado en los últimos años en el Ecuador.

La carrera por la presidencia de *Alvarito* ha estado acompañada por los exorbitantes costos de campaña proselitista en los que ha invertido el candidato, por sus continuas imágenes televisadas, por las diversas disputas judiciales que se le imputan, las enormes demostraciones de caridad cristiana y las infaltables acusaciones de sobre-explotación laboral en su emporio comercial.

A pesar de contar con los requisitos perfectos para cautivar a las masas votantes, la estrategia clientelar de Noboa no alcanza a culminarse en su totalidad, el show mediático es insuficiente para poder sostener el “sencillo” discurso del candidato, no logra engarzar de manera efectiva a la mayor parte del contingente electoral que su maquinaria clientelar ha acumulado a lo largo de los años.

Por ello, resulta interesante estudiar el mensaje que encierra el discurso donde se sostienen las prácticas clientelares de Noboa y concluir cómo éste fue asimilado o no por los diferentes segmentos de la población, cuál fue su significado y repercusión.

De La Torre ubica en el discurso clientelar el enfrentamiento entre pueblo/antipueblo, la lucha entre pobres y ricos, explotados y explotadores, descamisados y oligarcas, nacionales y extranjeros. La lid entre el pueblo depositario de la virtud y lo otro, la configuración de lo maligno. Toda retórica populista se enlaza de manera dialéctica con las prácticas personalistas (objetivas y subjetivas) del clientelismo político, ésta además gira en torno al antagonismo pueblo/antipueblo, por tanto, cuando un discurso político se reduce a convocar al pueblo, en torno a un líder, sin ningún contenido ideológico ni programática es cuando puede hablarse con absoluta propiedad de retórica clientelar.

Poder desentrañar el discurso de Noboa a través de estos elementos teóricos brindados por los autores antes descritos, permite apreciar la existencia de una

seducción interpretada y asimilada de distinta manera en los estratos sociales de los que se rodea el candidato y con ello, se confirma que la interpelación del contenido ideológico que rodea a la esfera de la política institucional emerge en momentos de una profunda crisis y decadencia del sistema político de representación como lo conocemos.

La idea de la crisis se traslada entonces al espacio de la política cotidiana, (De La Torre, 2008 citando a Knight 1998, Canovan 1999) pues las prácticas clientelares también aparecen en épocas normales, siendo en algunos casos un fenómeno recurrente de la vida política moderna.

Este capítulo se cierra abriendo la posibilidad de entender la complejidad de los aparatos clientelares en todo el sistema político de representación de nuestra época, el PRIAN en Cotopaxi es solo un espacio local de reproducción de este mecanismo, su desarrollo, sostenimiento y deslegitimación esgrimen varias conclusiones a las que se hará referencia en las siguientes líneas.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES

Pensar que las masas votantes son cautivadas por los encantos del intercambio clientelar es entablar un lectura descontextualizada de la historia de la política ecuatoriana, estas masas votantes como se ha visto a lo largo de este estudio responden a condiciones objetivas que configuran sus imaginarios políticos, su acción es más bien racional e instrumental en cuanto a que la construcción de redes clientelares se convierten en redes de resolución de problemas, los pobres no pueden ser vistos como una base de votación cautiva y manipulable, ellos pueden sentirse en la obligación de cambiar su voto o de pagar un favor a travesado por una lógica utilitaria o simplemente no hacerlo.

A partir de las condiciones materiales de los diversos votantes se entabla un juego dialéctico entre la posibilidad de mejorar sus condiciones y el deseo (condición subjetiva) de solucionarlos a través de la eficaz figura del puntero, patrón o representante político.

En cuanto a la idea de que buscan la cercanía con el pueblo para rescatarlos de la adversidad y guiarlos al progreso, resulta ser un recurso muy usado por los liderazgos personalistas. En Noboa, quien aparece como poco carismático, una de las formas de captar esa masa es esgrimiendo el discurso de redentor cuando dice: “invito a todos los compatriotas de todas la ideologías a unimos para derrotar a los políticos tradicionales y reconstruir el nuevo Ecuador” y la otra, es poniendo a funcionar su red clientelar fabricada a través de ese derroche de dinero, que muestra la capacidad económica y la ayuda que puede dar a cambio de votos.

En el Ecuador Noboa se ha convertido en la mayor representación mediática de los últimos diez años de ese entrelazamiento entre el poderío económico y la práctica política. El millonario heredero ha introducido a su gran emporio empresarial en la lógica de la carrera por el poder político, el uso de sus trabajadores por fuera del tiempo de la producción de los Molinos Poulter, demuestra que empresa y partido están íntimamente ligados para el servicio de los intereses personales del eterno candidato.

Varios estudios sobre el clientelismo se centran en el aspecto objetivo de las condiciones materiales de las masas votantes y la rentabilidad que éstas generan para los diversos actores políticos. Esta maximización de utilidades y el cálculo pragmático de los clientes se convierte en la idea de favores a cambio de votos, ecuación meramente

matemática que deja de lado lo subjetivo “las elecciones prácticas aprendidas a través del tiempo y experimentadas en la vida cotidiana de los actores...donde los intercambios son generados en los esquemas mentales de pensamiento, de apreciación, percepción y acción, productos incorporados por el juego clientelar.” (Auyero, 2002).

Muchos de los seguidores del círculo íntimo de Noboa en la provincia de Cotopaxi lo hacen por lealtad, porque consideran que deben estar junto a él por los favores recibidos, no lo ven como obligación sino como un acto de reciprocidad, tal como se describe en este estudio con Sanpedro, Vásquez e Izurieta, miembros de su círculo de acción íntima.

Noboa: El clientelismo fallido

A pesar de este despliegue clientelar en la campaña de Noboa en Cotopaxi y en todo el país las masas votantes, inclusive aquellas que pertenecen a su circuito empresarial no sostienen los ofrecimientos del intercambio clientelar propuesto por Noboa haciendo que su estrategia política quede inconclusa.

El pierde por no ser comunicativo con los trabajadores, no ser honesto. La única empresa de Álvaro Noboa de Molinos Poulter tenía en ese entonces Comité de Empresa porque las otras empresas tenían comités pero ya desaparecieron, de la misma manera de Molinos Poulter. Con esa experiencia, con esa gente resentida, usted cree que van a votar por él, si de empresario, si él se llena la boca diciendo que él está por los pobres porque no les pone un buen salario, nunca llegó a conversar con los trabajadores y peor para pagarnos unas buenas utilidades ¿En una ocasión se dijo que les había pagado un dólar por las utilidades? (e) 1000 sucres. Empezaron hacer las investigaciones en Guayaquil con otras contabilidades, con las reales, no con las ficticias, descubrieron que cada año había 3 o 4 mil dólares por trabajador. Lo que pedían los trabajadores en los contratos colectivos era eso, que se nos pagara las utilidades, como da la ley, a él no le gusto, dijo como es Comité de Empresa se fueron, y se quedaron solo los terciarizados. ¿Podría ser una estrategia de él sacar a los unos y poner a los terciarizados? (e) Lo que pasa es que la estrategia de él era que solo trabajen los terciarizados, porque los terciarizados son unas personas humildes y agachada la cabeza, porque si no lo mandan echando y viene otro, no tiene los beneficios de ley, no tiene a donde quejarse, el patrono es otro, eso es lo que le convenía. Las medidas que se dieron con este presidente borraron esto y se quedaron fijos. Los que éramos antiguos sabíamos cómo se movilizaba, de que adolecía la empresa y salimos, y después se quedan con los terciarizados que no sabían nada de nada... (Ex - trabajador de Molinos Poulter, entrevista, 2009).

Las expresiones del ex trabajador de Molinos Poulter es el claro testimonio de la relación distante que Noboa entabla con sus subalternos, subsumir la lógica política a la lógica empresarial reproduce en Noboa el carácter oligárquico de su partido político, las maquinarias clientelares se establecen con un límite concreto proveniente de su inorganicidad, se elevan por los cielos como un colchón de vapor, pero si no logran entablar vínculos de sujeción ideológica reales con los diversos sectores de apoyo electoral las redes clientelares fallan.

La experiencia prianista en Cotopaxi es fiel testigo de la imposibilidad de separar las condiciones objetivas de las relaciones subjetivas que la convivencia cotidiana entabla, los punteros o patrones necesitan vincularse a la escena local de los votantes, mucho más si esta escena se sostiene en uno de los aparatos de acción e incidencia directa del puntero.

Molinos Poulter y las poblaciones que acceden a las brigadas de la Fundación Cruzada Nueva Humanidad, constituyen las bases objetivas de acción logística del PRIAN, sin embargo sus condiciones de marginalidad estructural no son una venda para que perciban la relación de dominación e indiferencia que Noboa establece con ellos.

La condición de clase de Noboa y de su círculo íntimo de acción se convierte en una ruptura insalvable entre patrón y clientes, su discurso virtuoso se desnuda y deja ver sus intereses personales y la lógica utilitarista de su programa político. Noboa y el PRIAN se traducen ante los ojos de los posibles electores como beneficiarios oportunistas de su condición de empleadores y grandes propietarios tal como se ve en el siguiente testimonio:

...Claro que no va a robar, pero tiene otros espacios para beneficiar a sus empresas pero solo para él, en plena campaña comete la ridiculez y sube el precio de la harina, por eso cuando se fueron a Saquisilí le mandaron con piedras, con que asesor estaría que le hunde más. Beneficiaba a sus empresas desde la presidencia, prohibiendo las importaciones de café, de harina, de plástico, de papel, solo con eso recuperaba... (Ex - trabajador Molinos Poulter, entrevista, 2009).

El escenario antes descrito abre la perspectiva de otra de las conclusiones a las que este estudio llega, Noboa es un patrón ausente y utilitario, en esa medida, el discurso clientelar de patrón caritativo falla en la búsqueda de consolidarse como Jefe de Estado y con ello, validar un proyecto personalista sujeto al desarrollo de sus capacidades de intercambio clientelar con las masas votantes.

Cotopaxi: Debilitamiento del PRIAN más allá de sus redes clientelares

Existe una concatenación entre los discursos populistas y el clientelismo, siendo este último, un elemento generador propio de este fenómeno, el cual no puede ser concebido como menos transformador y redentor que las clásicas visiones de los fenómenos personalistas.

En Cotopaxi uno de los puntos estratégicos del PRIAN fue lograr acoger en sus filas a caudillos locales, a figuras ampliamente reconocidas en los sectores de la clase media cotopaxense, el imaginario de ascensión y triunfo económico fue uno de los conductores del apoyo al que los distintos electores apostaron con el PRIAN, esa conexión íntima que puede determinarse a través del estudio de los tipos de liderazgo de los distintos candidatos, es observada en este estudio como el juego ideológico de sujeción que se produce en aquellos que deciden apoyar a los distintos patrones políticos como lo determina Auyero:

...El *tropo* del clientelismo político es, muchas veces, producto de lo que Bourdieu (1990) denomina “un punto de vista escolástico”, externo, alejado. A mi juicio este punto de vista está (pre)construido lejos de donde yace la acción: ésta no se encuentra en la descarada –y a veces patética– distribución de alimentos o bebidas antes de un acto político o de una elección, sino en el entramado de redes de relaciones y representaciones culturales construidas diariamente entre políticos y “clientes”. Es en las relaciones donde yace la acción social y es allí a donde debemos dirigir nuestra mirada: una mirada más atenta a las relaciones y a las prácticas nos permitirá construir otro “punto de vista” más atento a los idiomas culturales, a las identidades individuales y colectivas que se ponen en juego en estos intercambios... (Auyero, 2004).

El establecimiento de relaciones simbólicas en el espacio electoral genera un espectro público de la problemática local de los intermediarios y del puntero, ese discurso hegemónico que se afianza en el tropo clientelar construye lealtades sujetas a la intervención de los punteros en el cotidiano de los círculos de apoyo en los que se sostiene.

Ni el carisma ni el despliegue económico con el que cuente un candidato son eficientes por si mismos para poder sostener una red político clientelar. En Cotopaxi el imaginario de pugna e inestabilidad del círculo íntimo de acción del PRIAN agota la imagen de este partido como posible espacio de resolución de problemas materiales y

simbólicos, los discursos establecidos por los círculos internos de la cúpula prianista en la provincia se debilitaron y generaron un espectro de crisis en todo el sector electoral:

El PRIAN se ha debilitado por sus direcciones, las directrices y su ambición del poder, no es solo eso, sino lo que se debe entregar es como yo me entregué por toda mi gente y no lo que hacían ellos, no había una buena dirigencia, yo ya iba a renunciar con el dolor del alma porque yo no manejo así las cosas... el PRIAN no me apoyó y yo me distancié... (Maya, entrevista, 2009).

Finalmente el diagnóstico de la situación del PRIAN y de la figura de Noboa, en una de las principales provincias agrícolas de la Sierra Centro-Norte del país, demuestra los frágiles lazos objetivos y subjetivos a los que están supeditadas las redes clientelares de apoyo político.

El horizonte político de una de las organizaciones más jóvenes del país que se presenta como una de las nuevas caras de la derecha institucional en el Ecuador, se deslegitima en su interrelación con las masas electorales. La enorme maquinaria clientelar de Noboa, logra penetrar en ciertos espacios de una sociedad polarizada en la que la brecha inter-clase complejiza los distintos escenarios electorales, en donde se disputa el poder al cual acceden quienes pueden converger para sí mismos la potencia de una palanca clientelar sostenida en un discurso hegemónico.

Se deja abierto el debate sobre el escenario futuro del PRIAN tanto en el espacio local como en el nacional, más que afirmaciones terminantes, este estudio apunta a la reflexión sobre cómo se construyen las relaciones políticas clientelares en el Ecuador y cómo éstas dominan el espacio de la representación en el poder del Estado y en el cotidiano de los diversos actores (electores y elegibles) del mismo.

Varias son las fuentes de las que se alimentan las relaciones clientelares en la política, la potencia económica de los candidatos, los discursos simbólicos de sujeción a los punteros o patrones, el show mediático, los discursos catárquicos, la dinámica dialéctica entre esas condiciones subjetivas y objetivas que plantea una estrategia clientelar eficaz.

Sin embargo, se observa a lo largo de este estudio la estrategia clientelar fallida de Noboa como un fenómeno ejemplificador de los límites del despliegue de las redes clientelares en la construcción de un programa político que busca trascender los intereses personalistas de una sola clase social reducida, en el espacio público donde

confluyen las grandes mayorías todavía supeditadas a condiciones estructurales de dominación.

BIBLIOGRAFIA

Almeida, Vinuesa José, (1996) “*Fundamentos del Racismo ecuatoriano*” en Revista Ecuador Debate #38: Racismo e Identidades,

Álvarez Junco, José, Compilador, (1987), “*Populismo, caudillaje y discurso demagógico*”, Centro de Estudios Investigaciones Sociológicas, Siglo XXI, España, 1era. Edición.

Alvarez, Ángel, (s/f), *¿Legitimidad o Popularidad? De la política contemporánea como espectáculo y del papel de los mass media en su performance*, Revista de la Facultad de Ciencias Humanas No. 26, Editorial Universitaria.

Arranz, Raúl Martín, (1987), “*El liderazgo carismático en el contexto del estudio del liderazgo*”, en “*Populismo, caudillaje y discurso demagógico*”, Centro de Estudios Investigaciones Sociológicas, Siglo XXI, España, 1era. Edición.

Auyero, Javier, (1996) “*Me manda López: La doble vida del clientelismo político*”, Diálogos, en Revista Ecuador Debate, 37: 211-29, Quito- Ecuador.

Auyero, Javier, (2002) “*Clientelismo político en Argentina: doble vida y negación colectiva*”, Revista Perfiles Latinoamericanos, Revista de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede México.

Auyero, Javier, (1998) “*Todo por amor, o lo que quedó de la herejía. Clientelismo populista en la Argentina de los noventa*”, en “*El fantasma del populismo*”, ILDIS, FLACSO, Nueva Sociedad, 1era. Edición.

Auyero, Javier, (2004) “*Repensando el tropo del clientelismo político*”, New School for Social Research, Departamento de Sociología, texto electrónico. www.insumisos.com/lecturasinsumisas/clientelismo%20político.pdf.

Auyero, Javier, (2002), “*Clientelismo político en Argentina: Doble vida y negociación colectiva*” en Revista: Perfiles Latinoamericanos, México DF, FLACSO México.

Bourdieu, Pierre, (2000), *¿Qué significa hablar?*, Ediciones Akal, Madrid, España.

Calderón, Fernando, (s/f) “*Subjetividad y modernización en las sociedades contemporáneas: del clientelismo burocrático a la cultura democrática en América Latina*”, Revista del CLAD, Reforma y Democracia No. 3, Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo, Agencia Española de Cooperación Internacional.

Conniff, Michael, (2003), “*Neo-populismo en América Latina. La década de los 90 y después*”, Revista de Ciencia Política, Instituto de Ciencia Política, “*El populismo y Las Democracias*”, Vol. XXIII, No. 1.

Corrochano, David, (2002), *“El clientelismo posmoderno”*, Revista Perfiles Latinoamericanos, Revista de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede México.

Crabtree, John, (1997), *“Populismo y Neo-populismo: La experiencia peruana”*, Revista Apuntes No. 40, Centro de Investigación, Universidad del Pacífico, Primer Semestre, Lima, Perú.

De La Torre, Carlos, (2008), *“Populismo, ciudadanía y Estado de Derecho”*, en El Retorno del Pueblo, FLACSO y Ministerio de Cultura del Ecuador.

De La Torre, Carlos, (1996), *“Un solo toque: Populismo y Cultura Política en Ecuador”*, CAAP, Quito, Ecuador.

De La Torre, Carlos, (s/f) *“Los usos políticos de la categorías pueblo y democracia”*, Revista Ecuador Debate, No. 41, Quito – Ecuador.

De La Torre, Carlos, (s/f) *“Los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia”*, Revista Ecuador Debate, No. 49, Quito – Ecuador.

De La Torre, Carlos, (s/f) *“Las imágenes contradictorias de Abdala: Discursos y culturas políticas en las elecciones de 1992”*, Revista Ecuador Debate No. 32, Quito-Ecuador.

De La Torre, Carlos, (2003), *“Masas, pueblo y democracia: Un balance crítico de los debates sobre el nuevo populismo”*, Revista de Ciencia Política, Instituto de Ciencia Política, “El populismo y Las Democracias”, Vol. XXIII, No. 1.

De La Torre, Carlos, (1999), *“Veinte años de populismo y democracia”*, Revista ICONOS, FLACSO, Quito – Ecuador.

De La Torre, Carlos, (1998), *“Populismo, cultura política y vida cotidiana en Ecuador”*, en “El fantasma del populismo”, ILDIS, FLACSO, Nueva Sociedad, 1era. Edición.

De La Torre, Carlos, (2006), *“Escenificaciones, redes y discursos en la segunda vuelta electoral”*, en Ecuador Debate # 69, CAAP, Quito.

De la Torre, Carlos, (1996), *“Racismo y Vida Cotidiana”*, en Revista Ecuador Debate # 38: Racismo e Identidades.

Dussel, Enrique, (1994), *“El Encubrimiento del Otro”*, ed. Abya-Yala, Quito- Ecuador.

Echeverría, Julio, (2000), *“La Democracia Bloqueada”*, Diagonal ed., Quito-Ecuador.

Echeverría, Julio, (2007) *“La democracia difícil: neopopulismo y antipolítica en Ecuador”*, en Íconos 27, FLACSO, Quito, Enero.

Freidenberg, Flavia, (2003), *“Jama, Caleta y Camello, las estrategias de Abdalá Bucaram y el PRE para ganar las elecciones”* Corporación Editora Nacional.

Freidenberg, Flavia, (2008), *“El Flautista de Hammelin: liderazgo y populismo en la democracia ecuatoriana”* en El Retorno del Pueblo, FLACSO y Ministerio de Cultura del Ecuador.

Ibarra, Hernán, (s/f), *“El triunfo del Coronel Gutiérrez y la alianza indígena militar”*, Revista Ecuador Debate No. 57, Quito – Ecuador.

Laclau, Ernesto, (1978), *“Política e Ideología en la Teoría Marxista”*, Siglo XXI, Madrid.

León, Jorge, (s/f), *“Clientelismo y política en sectores urbanos”*, Revista Ecuador Debate, Quito – Ecuador.

Mayorga, Fernando, (1988-1999) *“Neopopulismo y Democracia”*, Compadres y Padrinos en la política boliviana, Centro de Estudios Superiores Universitarios, La Paz, Bolivia.

Mayorga, Fernando, (2003) *“Neopopulismo y Democracia en Bolivia”*, Revista de Ciencia Política, Instituto de Ciencia Política, en: El populismo y Las Democracias, Vol. XXIII, No. 1.

Mayorga, Fernando, (1998) *“Compadres y padrinos: el rol del neopopulismo en la consolidación democrática y la reforma estatal en Bolivia”*, en “El fantasma del populismo”, ILDIS, FLACSO, Nueva Sociedad, 1era. Edición.

Mayorga, Rene, (1995), *“Antipolítica y Neopopulismo”*, Centro Boliviano de Estudios Multidisciplinarios – CEBEM-, Bolivia, 1era. Edición.

Menéndez Carrión, Amparo, (1986), *“La Conquista del voto”*, Corporación Editora Nacional – FLACSO, Quito – Ecuador.

Menéndez Carrión, Amparo, (2007) *“Repensar la polis. Del clientelismo al espacio de lo público”*, Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH), Montevideo-Uruguay.

Njaim, Humberto, (s/f) *“Clientelismo, Mercado y Liderazgo Partidista en América Latina”*, en Revista Nueva Sociedad No. 145.

Vega Centeno, Imelda, (s/f), *“Análisis del discurso popular sobre lo político”*, Revista de la Facultad de Ciencias Humanas No. 26, Editorial Universitaria.

Weyland, Kurt, De La Torre, Carlos, Aboy, Gerardo e Ibarra, Hernán, (2004) *“Releer los Populismo”*, Diálogos, CAAP, Quito, Ecuador.

Internet

www.odyseaproducciones.com, visto en octubre de 2009, Barriga, Andrés “*Propuestas Opuestas*” documento visual, 2006.

Cavarozzi, Marcelo, “*Desestatización e Hiperpresidencialismo en la América Latina contemporánea*” en Manual de Política Contemporánea, texto electrónico

Corzo Fernández, Susana, “*El Clientelismo Político como intercambio*”, Universidad de Granada, Edición ICPS, Barcelona 2002, texto electrónico.

Foucault, Michell, “*El orden del discurso*”, Texto de lección inaugural en el College de France pronunciado el 2 de diciembre de 1970, texto electrónico.

[Hidalgo Flor, Francisco](#), “*Reformismo social y disputa de hegemonía. Posneoliberalismo y escenarios políticos en el Ecuador*”, espaciosec@yahoo.es.

Navarro, Marysa, (2003), “*La Mujer Maravilla ha sido siempre argentina y su nombre verdadero es Evita. Evita. Mitos y representaciones*”, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, texto electrónico.

Blog: www.nidecreer.wordpress.com. En archivo digital: “*Conflicto Social: Discursos y Actores en las Jornadas de Abril.*”

Salto Galarza, Napoleón, (2005) “*Democracia sin Partidos: ¿Una puerta a la refundación de la República?*”, texto electrónico, wnsaltosg@yahoo.es

www.prian.org.ec

www.fundacioncruzadahumanitaria.com

Entrevistas

NB: Todas las entrevistas fueron realizadas personalmente por la autora de esta investigación, las transcripciones correspondientes se encuentran en su poder.

Ex - trabajadores de Molinos Poultier.

Fabara, Fabián, adversario político del PRIAN en la provincia de Cotopaxi, ex - Concejal y ex Diputado provincial.

Izurieta, Ramiro, ex - Gerente de Molinos Poultier y ex - Diputado por el PRIAN.

López, Nelson, actual Director Provincial del PRIAN en Cotopaxi.

Maya, Rafael, ex - Alcalde de Latacunga por el PRIAN.

Quevedo Varea, José María, ex – funcionario de Molinos Poultier, narrador de la historia de la creación de esta industria.

Pacheco, Juan, panadero sector La Merced.

Sánchez, Wilson, co-fundador del PRIAN y colaborador cercano de Noboa.

Sanpedro, Ángel, ex Concejal municipal de Latacunga y militante activo del PRIAN en la provincia de Cotopaxi, septiembre de 2009.

Tisalema, Rosa, comerciante bodega de abarrotes, Mercado El Salto.

Trabajadores de Molinos Poulter (administrativos y de planta. Entrevistas en off.)

Vásquez, Iván, ex diputado por el PRIAN y amigo personal de Noboa en la provincia de Cotopaxi.

ANEXOS

ANEXO 1: CUADROS ESTADISTICOS PROVINCIA DE COTOPAXI

*cuadros de propia elaboración

Cuadro 1:

Indicadores Agrarios en Cotopaxi	Medidas	Cantidad
Superficie de UPA s – Total	Hectáreas	457199
Número de UPAs – Total	Número	67806,1
Viviendas	Número	80545
Viviendas- Urbano	Número	23378
Viviendas- Rural	Número	57167
Población (habitantes)	Número	349540
Población (habitantes)- Urbano	Número	93575
Población (habitantes)- Rural	Número	255965

*Cuadro 1: Indicadores agrarios generales de Cotopaxi

Datos tomados del SISE 2008.

*UPA: unidad productiva agraria.

Cuadro 2:

Estructura de Distribución de la Tierra	Medidas	Cantidad
Superficie - UPAs de menos de 1 Ha.	Hectáreas	10834,6
Superficie - UPAs de 1 hasta menos de 2 Has.	Hectáreas	17909,7
Superficie - UPAs de 2 hasta menos de 3 Has.	Hectáreas	19934,1
Superficie - UPAs de 3 hasta menos de 5 Has.	Hectáreas	27367
Superficie - UPAs de 5 hasta menos de 10 Has.	Hectáreas	39243,8
Superficie - UPAs de 10 hasta menos de 20 Has.	Hectáreas	50820,5
Superficie - UPAs de 20 hasta menos de 50 Has.	Hectáreas	73983,5
Sup. - UPAs de 50 hasta menos de 100 Has.	Hectáreas	55288,4
Sup. UPAs de 200 Has. y más	Hectárea s	124508,7

* Cuadro 2: Indicadores de distribución de las tierras dedicadas al agro en Cotopaxi

Datos tomados del SISE 2008.

Cuadro 3:

Información general de la población	Medidas	Cantidad
Analfabetismo	%(15 años y más)	17,59
Analfabetismo funcional	%(15 años y más)	31,67
Escolaridad	Años de estudio	5,35
Población en edad de trabajar (PET)	Número	246582
Población económicamente activa (PEA)	Número	138023
Centros de salud	Número	3
Dispensarios médicos	Número	54
Puestos de salud	Número	2
Subcentros de salud	Número	45

* Cuadro 3: Indicadores de información general de la población de Cotopaxi

Datos tomados del SISE 2008.

ANEXO 2: Cronología de medios escritos 1998 a 2009

1 VISTAZO

16/04/98

Apremiados por captar al electorado populista de la Costa, Álvaro Noboa y Rosalía Arteaga ofrecen techo y empleo al más puro estilo bucaramista.

Las ofertas de vivienda han sido casi una constante en las últimas campañas electorales, hasta principios de los años 80 la necesidad de vivienda era resuelta por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Un nuevo experimento que consigue votos, pero termina siendo un fracaso para el que sueña en casa propia, el que construye y el que la financia.

2 EXPRESO

14/02/02

Partido de Álvaro cambiara de nombre

El Partido Renovador Independiente Álvaro Noboa propuso cambiar su denominación a partido Renovador Institucional Acción Nacional con lo cual las siglas PRIAN no variarían.

El TSE deberá aprobar el nuevo nombre máximo hasta la próxima semana por ahora la Comisión Jurídica esta analizándolo. Noboa declaró que no necesita de la sombra de otro para lograr su aspiración, la Presidencia, refiriéndose a la vinculación que se le hace con el PRE.

3 EL UNIVERSO

06/03/02

Álvaro Noboa exige registro de su partido

Simpatizantes del movimiento de Álvaro Noboa pidieron ayer frente al TSE por inscripción del PRIAN

Desde las 10 de la mañana en las inmediaciones del TSE. Comenzaron a llenarse voces de protesta. Cerca de 150 participantes de Álvaro Noboa llegaban con la esperanza de celebrar la resolución del organismo electoral.

A las 11h00 el TSE tenía organizado sesionar para aprobar la inscripción del Partido Renovador Institucional Acción Nacional (PRIAN), que auspicia la candidatura del candidato.

4 LA HORA

11/03/02

Los ecuatorianos dicen no a los políticos

El empresario Álvaro Noboa lidera las preferencias electorales.

Los resultados de esta encuesta arrojan de manera consistente que a nivel nacional existe un rechazo generalizado a los políticos. La preferencia hacia los líderes políticos tradicionales ha caído drásticamente trasladando esa aceptación hacia el empresario Álvaro Noboa que alcanza un 36% a nivel nacional.

5 LA HORA

03/03/02

Aprobado el PRIAN y Amauta Jatari

Se reconoce como partido al Partido Renovador Interinstitucionalita de Acción Nacional (PRIAN), del empresario Álvaro Noboa. Su número de identificación será el 7, en sustitución del desaparecido Pueblo, Cambio y Democracia. Con este partido político el abogado Álvaro Noboa intervendrá como candidato para la presidencia de la República.

6 LA HORA

21/03/02

PRE levanta fuegos contra Álvaro Noboa

(PRE) decidió dar batalla al recién partido de Álvaro Noboa. Víctor Sicouret, considera que las siglas del PRE con las del PRIAN se presta a confusión, aduciendo que existe diferencia únicamente en las letras IAN, la solicitud reúne requisitos del Art. 10 de la codificación de la Ley de Partidos. Dicen los del PRE que pretenden seguir beneficiándose del merito ajeno, intentando confundir al pueblo roldosista.

7 EL UNIVERSO

09/04/02

El parido millonario de Noboa

El empresario Álvaro Noboa comenzó a trabajar su campaña presidencial al día siguiente de su derrota en la segunda vuelta electoral 1998.

Durante los últimos 4 años, MercaNoboa, la agencia de publicidad de las empresas Noboa repartió 50000 camisetas, La Fundación Cruzada Nueva Humanidad, al mando de su esposa Anabela Azín recorrió el país ofreciendo atención médica. MercaNoboa calcula que invierte al año, un millón de dólares al año en la construcción de bibliotecas populares y en la construcción de brigadas medicas.

8 EXPRESO

1/04/02

PRIAN partido; Álvaro Noboa Candidato

TSE desecho impugnaciones. Sánchez anuncia postulación del empresario

Desechan impugnaciones presentadas contra la candidatura del PRIAN por los partidos roldosistas PRE y Libertad. Las razones del PRE fueron entregadas por escrito ninguno de sus delegado estaba presente. Una vez aprobada su calificación el PRIAN, centenares de miembros del partido llegaron a las afueras del organismo electoral, festejaron y lo calificaron como su triunfo.

9 EXPRESO

16/04/02

Huelga de los empleados de Álvaro Noboa

Trabajadores de industrial molinera presentan demandas salariales

Un grupo de trabajadores ayer suspendieron sus actividades, en demanda de pago de sus salarios, cancelación de las utilidades, e incremento de sus ingresos. Uno de los empleados dijo “solo hemos recibido amenazas de liquidarnos si no aceptamos su propuesta esto es un bono de 130 dólares un aumento del 10 % y el pago del 50% de las utilidades” empresa de la cual cuyo probable jefe máximo es Álvaro Noboa.

10 EXPRESO

23/04/02

Todos buscan impedir candidatura de Álvaro

“Porque el PRE va a convencer a Álvaro Noboa de ser su candidato si ya tenemos partido político. En 1998 no lo teníamos” dice Baquerizo cuando se le consulta la posibilidad de participar con los roldosistas.

Rodolfo Baquerizo reveló que el empresario no se ha afiliado a esta tienda partidista, y por eso les queda el arma de usar a los tontos útiles de siempre que de por coincidencias, se presentan en la provincia del Guayas y se refiere a supuestos delitos que estarían incursos en la prohibición constitucional para ser candidato.

11 HOY

22/05/02

Sindicato de EE.UU. llega a la hacienda de Álvaro Noboa

El despido de los trabajadores se habría producido en oposición a la formación de una organización

El mayor sindicato de los EE. UU., tiene en la mira el conflicto laboral de la hacienda Los Álamos, perteneciente a la división agrícola de Álvaro Noboa.

El jueves pasado, según el dirigente laboral, un grupo armado desalojó violentamente a los trabajadores de los predios de Los Álamos, quienes estaban en huelga por despidos intempestivos.

12 HOY

09/06/02

Nueva denuncia contra Álvaro Noboa Pontón

La sobrina del precandidato presidencial pide cuentas de su herencia

El precandidato a la presidencia enfrenta una nueva denuncia por parte de su familia, que tiene que ver con la herencia que dejó el padre.

Natalia Noboa Sicre señaló que desde el 3 de diciembre de 1999, fecha en que falleció su madre, su tío Álvaro Noboa se dijo su apoderado y a partir de eso no ha dado cuenta de la cuota de herencia que le corresponde, ni de la forma de administración de ese capital.

13 HOY

17/06/07

Fiscalía de Guayas investiga empresas de Álvaro Noboa

La Fiscalía hará investigaciones de acuerdo a las denuncias presentadas por el Ministro de Gobierno, Marcelo Merlo, sobre el incremento de los precios de los sacos de harina de trigo. La Fiscalía solicitó informes a la Superintendencia de Compañías, al Servicio de Rentas Internas y al Municipio de Guayaquil para conocer información de las empresas.

14 LA HORA

06/07/02

Escepticismo frente a los políticos

La desconfianza de los ecuatorianos crece frente a los candidatos a la Presidencia de la República, su voto podría ser blanco o nulo, eso sería por la depresión económica que sufre el país, y el descontento por la corrupción presente en las esferas altas del poder público, como el caso del protagonizado por el Ministro de Finanzas, quien tenía vinculación con determinado partido político. La mayoría de la población siente hastio cuando conoce nuevos hechos de corrupción en las esferas del estado y cuando ve que se dilata la acción legal para sancionarlos.

15 TELEGRAFO

19/07/02

Álvaro Noboa contrata a prestigioso asesor político

Álvaro Noboa contrató un prestigioso asesor político internacional para su campaña, a través de su asesor de imagen contrato a Joseph Napolitan, considerado universalmente como padre de la consultoría política. De esta manera el asesor visitará el país y buscará con sus conocimientos asegurar la victoria de Álvaro Noboa en esta carrera por la Presidencia.

16 EXPRESO

21/07/02

Carrera electoral, desde hoy oficial

TSE llamará a elecciones para el 20 de octubre. Aspirantes podrían inscribirse desde mañana el 20 de agosto. Tres partidos fuertes aún no tienen candidatos presidenciales

La oficialización del periodo proselitista en el Ecuador arrancará hoy desde las 20h00, cuando el TSE haga un llamado para el 20 de octubre a los ecuatorianos para que acudan a las urnas a elegir Presidente y Vicepresidente de la República.

El millonario empresario Álvaro Noboa es uno de los más firmes candidatos al podio presidencial, según las encuestas. Pero una candidatura del PRE o del PSC haría tambalear el porcentaje de preferencia en los votantes.

17 EXPRESO

04/08/02

Jóvenes y mujeres activan la campaña

Se organizan reuniones en Quito y Guayaquil

Tanto en Quito como en Guayaquil los frentes de jóvenes de hombres y mujeres de los partidos políticos, empiezan a activar la campaña electoral con seminarios y reuniones que buscan analizar temas de interés nacional. Mientras tanto el PRIAN que auspicia la candidatura del empresario Álvaro Noboa, organiza el foro sobre el rol de los jóvenes frente a la crisis económica, política y social del país. El evento se realizara en la Universidad Espiritu Santo de Guayaquil.

18 EL COMERCIO

12/08/02

Los empleados y amigos de Álvaro Noboa dirigen el PRIAN

El grupo de asesores políticos del empresario es el mismo que está al frente de sus negocios. Eso ocasionó deserciones en Guayas y Manabí. Las brigadas médicas son el contacto con la Sierra.

El PRIAN camina de la mano de los amigos más cercanos del empresario Álvaro Noboa. La directiva nacional de la agrupación no es un seleccionado de líderes

provinciales como se supone que sucede en otras tiendas políticas. La mayoría de dirigencias están enroladas en las 118 compañías nacionales del postulante.

19 EL UNIVERSO

13/08/02

PRIAN tiene prisa por registrar a Noboa

A los asesores del candidato presidencial les preocupa que la imagen de Álvaro Noboa resulte afectada por los juicios y las críticas. Su esposa aún analiza la candidatura a la diputación, pues no quiere sacrificar la estabilidad familiar.

El PRIAN ya inscribió la candidatura de Álvaro Noboa, la dirigencia pensaba hacerlo de manera rápida porque los políticos tradicionales iniciarían una campaña en contra de Álvaro Noboa. Se referían concretamente a las críticas que hicieron otros candidatos contra Noboa y a la reactivación de la demanda interpuesta por su hermano Luís Noboa Pontón.

20 EL UNIVERSO

14/08/02

Álvaro graba spots para la campaña

Desde su regreso a Guayaquil el candidato a la presidencia Álvaro Noboa grabará comerciales en la televisión.

El escenario es su oficina de Industrial Molinera; cada comercial muestra a un sonriente Noboa, dando una explicación sobre unos puntos clave respecto de lo que trata su programa de gobierno.

21 EL TELEGRAFO

28/08/02

Anabella de Noboa cumple amplia actividad social

Anabella Azín de Noboa en su visita a Diario EL TELEGRAFO, junto al director, Carlos Navarrete Castillo.

Atender a cerca de 500 personas de escasos recursos y tratar de prevenir las enfermedades a través de charlas de prevención, son las tareas que cumple la esposa del candidato a la presidencia Álvaro Noboa Pontón, tareas que se han venido realizando

durante unos cuatro años y que piensa que es un trabajo que ahora se va a seguir con mayor amplitud y efectividad.

22 HOY

28/08/02

Noboa atraerá la inversión con un caramelo

El candidato del PRIAN dijo que mantendría a Elsa de Mena en el SRI

Álvaro Noboa señaló que en el caso de ganar las elecciones atraerá a la inversión extranjera al Ecuador con un caramelo, consistente en la reducción hasta el 10% del pago de los impuestos.

También habló de la entrega de concesiones de empresas estatales, sostener la dolarización, y combatir el déficit presupuestario. Y dijo que la política fiscal de él, sería hacer pagar los impuestos sin aumentarlos, tampoco subiría el costo de los servicios básicos.

23 HOY

03/09/02

Bombardeo electoral, en los próximos 45 días

Los medios de comunicación toman el protagonismo en la campaña por la presidencia

Según Rodolfo Baquerizo asesor de Álvaro Noboa, quien no participará en debates con otros candidatos, su campaña estará matizada por la implementación de sus brigadas médicas. Al parecer el mayor número de votos duros se encuentra en las zonas rurales del país, pero también enfatizará su campaña en las zonas urbanas. Iniciará su campaña en el Banco del Litoral del Guayas a la 17h00.

24 EL UNIVERSO

04/09/02

Binomio del PRIAN en caravana motorizada

Álvaro Noboa y Marcelo Cruz recorrerán todo el país, aunque no siempre lo harán juntos. Anabella Azín, esposa de Noboa, dirigirá las brigadas de salud, que inician sus visitas este fin de semana el Loja y Quito.

La directiva nacional de la agrupación citó a esa hora a los dirigentes barriales para que retiren los tiquetes de los buses en los cuales se trasladaron a la primera caravana motorizada del binomio presidencial Álvaro Noboa y Marcelo Cruz.

A cada delegado le entregaron cuatro afiches con cinco caras de Noboa, otros 25 con un solo rostro y dos adhesivas, para que decoraran el carro.

25 HOY

05/09/02

Álvaro Noboa y los consultores políticos

Todas las encuestas a la que los medios de comunicación tienen acceso en Ecuador ubican al millonario Álvaro Noboa en el primer lugar de las preferencias electorales.

Dicen los consultores que para que un candidato gane las elecciones debe dirigirse a las necesidades del pueblo, en el caso ecuatoriano falta de empleo y oportunidades. De lo que sabemos hasta ahora Álvaro Noboa ha evitado los espacios en donde se planteen estas y otras interrogantes, por lo que mal se podría conocer sus intenciones.

26 VISTAZO

14/11/02

Una semana con Álvaro Noboa

Durante los recorridos no habla con sus potenciales electores, solo camina.

La agenda de Álvaro Noboa no da para sorpresas, ruedas de prensa que son a las 14h00, y posteriormente dirigirse con su caravana a continuar en sus campañas electorales. Se trata de un espectáculo de masas que será amenizado por el grupo de femenino Candela y Son y que califica el candidato como el inicio de la lucha para la toma del poder.

27 VISTAZO

14/11/02

Primero una dama

Anabella Azín de Noboa recibe a la prensa, pero cautelosamente mide sus palabras

En contraste al candidato presidencial Álvaro Noboa, Anabella Azín recibe a la prensa para dar declaraciones para exponer sus ideas. En esta campaña muchos coinciden que se le ha bajado el perfil de Anabella Azín y que las brigadas médicas fueron de las cosas

fundamentales que tuvieron para que su marido, Álvaro Noboa haya llegado como finalista para las elecciones.

28 EL COMERCIO

16/01/05

El esquema de venta de banano genera conflicto

Los productores amenazan con un paro el 26. Reclaman al gobierno por su política ante la UE.

El gobierno quiere que se mantenga el actual sistema de importaciones que tiene con la Unión Europea. Es una decisión del gobierno para beneficiar a la exportadora Noboa, manteniendo el régimen actual de licencias. Freddy Serrano de la asociación de productores bananeros dice “No permitiremos que una compañía siga enriqueciéndose a costa del bananero ecuatoriano”.

29 EL COMERCIO

10/03/05

Noboa anhela un paraíso fiscal

En elecciones uno de los planes de Álvaro Noboa es la eliminación del Impuesto a la Renta como para seguir el ejemplo de Panamá.

Mis recorridos no son recorrido políticos, mis recorridos son únicamente para observar cómo es que van las brigadas médicas, y para poder entregar a las personas que lo necesitan o a las instituciones, computadoras.

30 EL COMERCIO

23/03/05

Álvaro Noboa arrincona al gobierno

El PRIAN se junto con la oposición para quitar al presidente Gutiérrez la posibilidad de tener un Fiscal de su confianza. El ambiente en el Congreso fue tenso, pese a que no hubo sesión

El empresario Álvaro Noboa y el PRIAN intentaron ayer dar un importante golpe a los intereses del Presidente de la República Lucio Gutiérrez. El PRIAN tenía todo listo para rechazar la terna para Fiscal General, cuyo primer candidato, Jorge López fue

señalado cercano al gobierno. Ese objetivo de cierta manera no se efectuó porque faltaba quórum; además, porque el PRIAN a las 20h00 cambió de posición por un posible entendimiento con el gobierno.

31 ÚLTIMAS NOTICIAS

25/04/05

Alvarito y las cuentas raras de 114 empresas

El SRI investiga en poderosas empresas la evasión de impuestos. Entre los 11 grupos de empresas constan 114, cuyo dueño es Álvaro Noboa, eterno candidato a la presidencia, quien no se cansa de llamar en sus cadenas, al trabajo para apoyar al desarrollo del país, a la paz, a la honestidad, a la lucha contra la pobreza.

Según el SRI en total 114 empresas de Noboa pagaron en el 2003, 4259 dólares, apenas ¿Por qué Andinatel pago 28 millones 240 mil dólares 28 veces más que las 114 de Noboa?

32 EL COMERCIO

10/12/05

El camino de las Tercerizadoras de papel lleva al grupo Noboa

Trabajo a domicilios, accionistas, números telefónicos... relacionan a las intermediadoras con las empresas de Álvaro Noboa, pero no se admiten vínculos

De más de 200 compañías tercerizadoras de personal que los inspectores de trabajo revisaron en Guayaquil, buena parte de ellas muestra algún tipo de relación con el consorcio de empresas del Grupo Noboa, que pertenece al empresario Álvaro Noboa.

Así de 99 compañías, según los registros del Ministerio de Trabajo y de la Súper Intendencia de Compañías, mantenían como domicilio legal una dirección que se demostró que era ficticia.

33 EL COMERCIO

06/02/06

Anabella Azin es el as del PRIAN

El líder del PRIAN ha señalado que su esposa pudiera hacer de binomio suyo para la Presidencia, esto es porque la imagen de Álvaro Noboa se ve favorecida con la

presencia de su esposa Anabella Azin. La idea es sacarle partido a la aceptación que tiene su esposa en la Sierra y de paso intentar neutralizar la candidatura a la Presidencia de la social cristiana Cynthia Viteri. Azin sería un aporte para equilibrar la figura de Noboa.

34 EL COMERCIO

03/03/06

Noboa en fotos al instante

El líder del PRIAN entregó camisetas y fotografías instantáneas a sus simpatizantes en la península, que recorrió el miércoles

Para los habitantes de la península de Santa Elena la visita del candidato a la Presidencia Álvaro Noboa, no fue tan sorprendente como las fotografías que regalaba y las camisetas que tenían grabado el nombre del PRIAN.

Una persona dijo “Yo vote dos veces por Alvarito así que quiero una camiseta”.

35 EL COMERCIO

16/08/06

Noboa dice ser un héroe de Dios

El PRIAN registró a su binomio Álvaro Noboa-Vicente Taiano. La lista 7 cree que “pateó” el tablero

Quien no pensó que se lanzará para la presidencia Álvaro Noboa pues se equivocó, Álvaro Noboa se inscribió para candidato a la Presidencia de la República con la dupla del guayaquileño Vicente Taiano. El discurso que dio sorprendió a propios y extraños por su carácter de divinidad. Dijo que él asume el rol de héroe de Dios para vencer a sus adversarios con la Biblia en la mano, agradeció a Dios por haberlo elegido como el candidato de los pobres.

36 EL COMERCIO

22/08/06

La campaña de Noboa entrega sillas de ruedas

Álvaro Noboa dejó esperando a 250 partidarios. Prefirió dar una entrevista que ir a la caravana

Alrededor de unas 250 personas del barrio La Floresta de sur de Guayaquil estuvieron esperando la llegada de Álvaro Noboa, quien al final si llegó fue su esposa Anabella Azín, que con su llegada inició la caravana. Llegó al norte del Guasmo donde se detuvo a verificar si servían las brigadas médicas, y fue ahí donde empezó a regalar sillas de ruedas a los discapacitados.

38 EL COMERCIO

10/09/06

Álvaro Noboa, un obstinado con la fe

El magnate apuesta por un discurso religioso para ser huésped de Carondelet. Este es su tercer intento

Juega ecuavoley en los barrios populares, reza el padre nuestro y evoca palabras diciendo “Con Dios o con la gloria de Dios” antes de dirigirse a las cámaras.

Noboa ha anclado su campaña en la fe religiosa, por lo que la Biblia va ahora en su portafolio. Según sus amigos, suele reunir a su familia en el desayuno para leer el libro sagrado.

39 EL COMERCIO

12/10/06

Noboa apelo al divino en el cierre

El candidato insistió en el voto en plancha por la lista 7 para asegura que se cumplan sus promesas

Álvaro Noboa con los ojos cerrados y mirando al cielo agradeció a Dios por haber sido elegido como candidato de los pobres, el elegido por Dios para que le sirva de rodillas como su presidente.

El candidato a la presidencia por el PRIAN recomendó a los ecuatorianos que votaran en plancha por la lista 7, para elegir diputados, para concejales y para consejeros. El candidato advirtió que solo así podrá cumplir con sus propuestas.

40 EL COMERCIO

17/10/06

Noboa recupera el pan techo y empleo

Noboa hizo su campaña entre los pobres. Recorrió los barrios marginales práctico deportes con sus habitantes, se mostraba sencillo aunque llegó en su auto de lujo.

Con su discurso de empleo, de microcréditos y vivienda, Noboa revivió el eslogan de pan techo y empleo que hace 20 años había dado el triunfo al candidato Social Cristian León Febres Cordero.

41 EL COMERCIO

31/10/06

El grupo Noboa está en litigio con el Estado por los impuestos

Luego de tres años de litigio tributario, Industrial Molinera acudió a los tribunales fiscales para evitar el pago de impuesto a la Renta. El SRI exige 1,8 millones.

Los litigios tributarios que mantiene la mayoría de las empresas de la corporación Noboa con el Sistema de Rentas Internas, empieza a llegar a los tribunales fiscales.

Las investigaciones de contabilidad sostienen que las empresas de Noboa, no ingresaron ninguna información para desvirtuar la diferencia encontrada en los registros de sueldos y salarios, beneficios sociales e indemnizaciones. Así por los ingresos y por los gastos de ventas.

42 EL COMERCIO

02/11/06

Noboa no aclara de dónde sacará los recursos

El PRIAN a través de Anabella Azín prometió triplicar el presupuesto para la salud, durante un recorrido por el hospital del Niño de Guayaquil.

Noboa no ha podido explicar cómo es que se utilizarán los recursos en caso de que sí se pueda triplicar los fondos que se asignan al bono de la pobreza.

43 EL COMERCIO

08/11/06

Noboa cumple al milímetro su estrategia de campaña

El candidato sigue con su táctica de visitas y donaciones. De igual modo, se niega a debatir con el otro finalista. Su esposa Anabella Azin, continúa con sus visitas en Quito

Álvaro Noboa recorre las provincias donando sillas de ruedas, microcréditos y se niega a debatir con el otro finalista Rafael Correa.

Después de la caravana, Noboa ira al cantón Pelileo. El candidato a la Presidencia tenía programado entregar a la institución educativa Bartolomé de las Casas un ordenador como lo ha hecho durante toda su campaña electoral.

En medio de este trájín él y su movimiento descartaron nuevamente la participación en un debate con su contrincante.

44 EL COMERCIO

12/12/06

Las denuncias de Noboa buscan la descalificación de Correa

El líder del PRIAN habla menos de un fraude y arremete contra los aportes a la campaña de Correa.

Álvaro Noboa baja el nivel de acusaciones de fraude de Correa, ahora se abalanza a dar más importancia a si se comprueban las denuncias que hizo acerca de los aportes ilícitos a esa campaña. Aseguro que hay sospechas de que los aportes estén conectados con algún tipo de lavado de dinero o tráfico.

Pidió al TSE no le entregue las cartas credenciales a Correa porque puede ser descalificado.

45 EL COMERCIO

29/ 11/07

A Noboa le fallaron el discurso la estrategia y abuso de la fe

Varios analistas coinciden en esos temas para explicar por qué el candidato del PRIAN perdió. Dicen que la campaña sucia también influyó en los resultados

El PRIAN se sorprendió que su líder perdiera en la elecciones por la segunda vuelta, contra Rafael Correa con 14 puntos por debajo.

Para Yanine Zambrano, analista de comunicación, el discurso de Álvaro Noboa se fue desmitificando. “No solo de sus políticas laborales, sino su historia de juicios, la incongruencia de su plan de vivienda sino el mismo”

Cree que el hecho de llegar a un lugar para orar, entregar microcréditos y entregar sillas de ruedas se convirtió en un disco rayado.

46 DIARIO EXPRESO

18/03/09

Noboa reactiva su maquinaria electoral

“Llegó la esperanza que todos queremos.....”, ese estribillo retumbaba en las tres cuadras que comprende la dirección mencionada, justo donde están ubicadas algunas empresas del empresario-candidato, donde al menos 350 personas esperaban que el reloj marque las 17:00, cuando debía partir la primera caravana del postulante por Guayaquil. Ya a las 17:15, llegó Noboa junto a su esposa y binomio, Anabella Azin. El arribo se produjo en el bote de propiedad del empresario y ahí lo esperaban sus dirigentes y candidatos Vicente Taiano, padre e hijo, y Wilson Sánchez, también padre e hijo.

47 EL COMERCIO

02/06/09

Mi último intento será mi último respiro: Noboa

Álvaro Noboa no ha renunciado a su sueño de ser presidente. Ayer inscribió su candidatura, que será su cuarto intento por llegar a Carondelet.

“Mi último intento será su cuarto intento será mi último respiro antes de morir”, dijo Noboa en su residencia en Guayaquil mientras que en Quito, Vicente Taiano, uno de sus hombres de confianza, inscribía su candidatura en esta ciudad. La esposa de Noboa, Anabella Azín, estará en la papeleta.

EL UNIVERSO

28/07/09

Modelo estadounidense acusa a Álvaro Noboa de acoso sexual

Una modelo estadounidense demandó en una corte en Nueva York al político y millonario ecuatoriano, Álvaro Noboa, a quien acusa de acoso sexual. La mujer que demanda al empresario por 25 millones de dólares por acoso y hostigamiento en un ambiente hostil de trabajo, dice que recibió ataques sexuales de Noboa en dos ocasiones. La queja es contra Noboa, el Grupo Noboa, y la revista La Verdad. En la demanda, la mujer dice haber sido atraída a Ecuador a través de un anuncio publicitario en el sitio de anuncios de Internet Craigslist; intimidarla para tener sexo con él y forzarla

a tomar la "píldora del día después".

Este diario ha intentado hablar con el abogado Álvaro Noboa, pero aún no ha emitido comentarios al respecto.

ANEXO 3: La Fundación Cruzada Nueva Humanidad

La Fundación Cruzada Nueva Humanidad está inspirada en profundos principios cristianos de amor y solidaridad.

Dirigiendo personalmente la Fundación con el apoyo invaluable de su esposa la Doctora Anabella Azín y un gran equipo de trabajo, Álvaro Noboa destina permanentemente recursos económicos que provienen de su fortuna personal y de sus empresas para los programas de desarrollo social que lleva adelante la Fundación.

Las ayudas económicas empiezan primero como Fundación Acción Mancomunada del pueblo en el año de 1976 creándose un dispensario médico en el suburbio.

Luego en el año 1981 se fundó la Cruzada Nueva Humanidad de Amor, Unión y Superación.

Se han atendido desde esa fecha hasta la actualidad alrededor de 13.000 personas con ayudas económicas que se pueden distribuir de la siguiente forma:

30% Ayuda para medicinas.

30% Ayuda para personas con cáncer, como quimio – terapias y radio – terapias.

10% Ayuda para rehabilitación y prótesis.

15% Ayuda para operaciones (varias).

10% Ayuda a discapacitados para que pongan negocio.

5% Ayuda a personas con VIH (sida).

Las clínicas rodantes con sus brigadas médicas, recorren el país brindando atención médica y medicina gratuita a madres, niños, jóvenes, adultos, ancianos pobres del país que no tienen acceso a la salud.

Durante el año 2005, según informe de la Dra. Anabella Azín, la Cruzada Nueva Humanidad realizó más de 270 visitas a casi todas las provincias del país, dando atención preventiva, primaria y entregando medicina gratuita a más de 135.000 pacientes. Se realizaron campañas de desparasitación masiva en escuelas de la Costa, Sierra y Oriente.

Encontramos, dijo la Dra. Azín, enfermedades infecciosas, malaria, enfermedades dermatológicas, hipertensión, diabetes y un gran índice de anemia y parasitosis.

Tomado de: www.fundacioncruzadahumanitaria.com