

## La política se fue de fiesta

*Estrategias electorales, clientelismo político y organización informal de los partidos en el nivel local en Ecuador*

**FLAVIA FREIDENBERG**

Para comprender la dinámica política, es necesario prestar atención no solo a las reglas formales sino a las estrategias informales desarrolladas por los candidatos y dirigentes. A partir del estudio de una elección en una pequeña ciudad de Ecuador, el artículo analiza las estrategias utilizadas por los partidos para movilizar votos, poniendo énfasis en los mecanismos, los procedimientos y las reglas no escritas, que se sustentan en recursos y redes personales, vínculos clientelares y de patronazgo. Estas estrategias, lejos de constituir una anomalía, son el corazón de muchos partidos latinoamericanos: observarlas es fundamental para comprender lo que ocurre en la práctica con el trabajo partidario.

### ■ Introducción

Hay ciudadanos que se relacionan con la política solo en el nivel local. El contacto con un alcalde o un concejal, su participación en el mitin de un partido, la recepción del beneficio de un programa social o la posibilidad de quejarse por la ineficiencia de un servicio público ocurren en su barrio o en su ciudad. Son los medios de comunicación de masas los que acercan la política nacional a esos ciudadanos, aun cuando, en la práctica, estos se vinculen fundamentalmente con instituciones, grupos políticos o redes sociales en el nivel local. A pesar de ello, en América Latina se ha tendido a estudiar los partidos y sistemas

---

**Flavia Freidenberg:** doctora en Ciencia Política por la Universidad de Salamanca. Actualmente es subdirectora del Instituto de Iberoamérica de la Universidad de Salamanca y profesora de Ciencia Política de la misma Universidad.

**Palabras claves:** política, partidos, elecciones, clientelismo político, patronazgo, Ecuador.

de partidos, las instituciones, los actores sociales e incluso el rendimiento de la democracia básicamente en el nivel nacional, bajo el supuesto de que en este ámbito se refleja fielmente lo local o regional e ignorando las posibles interacciones que supone introducir el análisis de la política subnacional para comprender el funcionamiento de la democracia<sup>1</sup>.

Tanto en el nivel nacional como en el local, los políticos quieren ganar elecciones y, para ello, toman decisiones, realizan todo tipo de actividades y desarrollan estrategias de movilización electoral<sup>2</sup>. Como cualquier individuo, el político hace evaluaciones para maximizar sus beneficios personales o partidarios, que están condicionadas por instituciones que restringen las opciones en las que esos individuos se mueven, así como por las estrategias que otros actores tomen<sup>3</sup>. Para ser elegidos, los candidatos y sus partidos necesitan convencer al mayor número de electores de que apoyen su propuesta, y para ello actúan como empresarios que *ofrecen* política (información, ideas, proyectos) a cambio de votos. En ese sentido, los partidos formulan políticas (y estrategias) para ganar esas elecciones<sup>4</sup>.

El estudio de las actividades que realiza un político permite conocer no solo sus decisiones sino también la manera en que una organización política busca conquistar el voto. Cuando los políticos toman decisiones y desarrollan actividades que están previstas en los estatutos e impulsadas por los órganos partidarios,

---

1. Alertan sobre la necesidad de estudiar el nivel subnacional trabajos como los de Samuel Amaral y Susan Stockes: *Democracia local. Clientelismo, capital social e innovación política en la Argentina*, Eduntref, Buenos Aires, 2005, o el de Edward Gibson y Julieta Suárez Cao: «Competition and Power in Federalized Party Systems», *CHHS Working Paper* N° 1, 2007.

2. Los partidos son grupos políticos que buscan cuotas de poder y que utilizan las elecciones como un mecanismo a partir del cual maximizar sus preferencias. Esta visión puede encontrarse en textos como los de Max Weber: *Economía y sociedad* [1922], Fondo de Cultura Económica, México, DF, 1992; Elmer E. Schattschneider: *Party Government*, Holt, Rinehart and Winston, Nueva York, 1941; John Aldrich: *Why Parties? The Origin and Transformation of Political Parties in America*, The University of Chicago Press, Chicago-Londres, 1995; Anthony Downs: «Teoría económica de la acción política» [1957], en Albert Battle (ed.): *Diez textos básicos de Ciencia Política*, Ariel, Barcelona, 1992; Giovanni Sartori: *Partidos y sistemas de partidos*, Alianza, Madrid, 1976; entre muchos otros. En esa tarea, los partidos desarrollan «estrategias», esto es, el conjunto de decisiones y actividades que se emplean para alcanzar un objetivo. V. sobre esta definición Gunnar Sjöblom: *Party Strategies in the Multiparty System*, Studen-literatur, Lund, 1968.

3. Guy Peters: *El nuevo institucionalismo*, Gedisa, Barcelona, 1999.

4. La noción de que los políticos se preocupan más por conseguir cargos que por defender los programas que proclaman cruza el debate sobre las motivaciones de los políticos. Anthony Downs sostiene: «En una democracia los partidos formulan su política estrictamente como medio para obtener votos. No pretenden conseguir sus cargos para realizar determinadas políticas preconcebidas o servir a los intereses de cualquier grupo particular, sino que ejecutan políticas y sirven a grupos de intereses para conservar sus puestos. Por lo tanto, su función social (esto es, elaborar y realizar políticas mientras se encuentran en el poder) es un subproducto de sus motivaciones privadas (obtener la renta, el poder y el prestigio que supone gobernar)». En «Teoría económica de la acción política» [1957] en A. Battle (ed.): ob. cit., p. 96.

se está ante una organización predominantemente formal: las decisiones son tomadas a través de los canales establecidos, de acuerdo con los lineamientos

**En algunos contextos, a los políticos no les basta con desarrollar actividades basadas en propuestas programáticas para ganar elecciones, ni les alcanza con seguir al pie de la letra lo que establecen los estatutos. Al contrario, se apoyan en otros tipos de estrategias ■**

previstos en documentos y manifiestos y reconocidas como oficiales. La organización formal incluye la sede central, las burocracias, las oficinas locales y las células<sup>5</sup>.

Ahora bien, en algunos contextos, a los políticos no les basta con desarrollar actividades basadas en propuestas programáticas para ganar elecciones, ni les alcanza con seguir al pie de la letra lo que establecen los estatutos. Al contrario, se apoyan en otros tipos de estrategias para desarrollar esas tareas.

Cuando los partidos las emplean, sus decisiones y la manera en que estas se adoptan no dependen de los órganos partidarios, sino de liderazgos personalistas y caciques regionales. En estos casos, las carreras de sus miembros están determinadas por los contactos personales y las redes clientelares. Las organizaciones locales no funcionan como sucursales de una organización nacional: los militantes y dirigentes hacen el trabajo del partido desde su casa o sus lugares de trabajo y el financiamiento se consigue a partir de donaciones, recursos estatales o redes de patronazgo. En estos escenarios, los partidos se organizan fundamentalmente de manera informal.

Cuando esto ocurre, los partidos suelen utilizar estrategias clientelares de movilización electoral. En algunos barrios suburbanos, pueblos o ciudades pequeñas de América Latina, esta manera de relacionarse entre electores y políticos contribuye al trabajo desarrollado por los partidos, particularmente cuando el político se comporta como el proveedor de servicios, bienes materiales o protección, que ofrece a los electores a cambio de su lealtad, solidaridad, apoyo político, trabajo o votos. Este tipo de relaciones clientelares de carácter vertical, jerárquico y utilitarista supone un intercambio dual, material o simbólico, entre actores con poder y estatus desigual, sobre la base de la reciprocidad y cierta instrumentalización paternalista y particularista del vínculo<sup>6</sup>.

---

5. El desarrollo teórico original sobre organizaciones informales de partidos se puede encontrar en Flavia Freidenberg y Steve Levitsky: «Organización informal de partidos en América Latina» en *Desarrollo Económico* vol. 46 N° 184, 2007, pp. 539-568.

6. V. la definición de clientelismo de Amparo Menéndez Carrión: «Clientelismo electoral y barriadas: perspectivas de análisis», Documento de Trabajo N° 5, Instituto de Estudios Peruanos, 1985, pp. 3-36.

Este trabajo analiza la interacción entre las estrategias electorales, el clientelismo político y la organización informal de partidos, como una manera de conocer mejor el modo en que los partidos se organizan en el nivel local. Si bien se trata de aspectos conectados entre sí, no todos los trabajos los vinculan. En este estudio se exploran las estrategias desarrolladas por los políticos en el nivel local sobre la base de dos aproximaciones analíticas. Por una parte, se describen las estrategias de movilización electoral, teniendo en cuenta las actividades que fijan los estatutos, así como también aquellos mecanismos, procedimientos y reglas que se sustentan en recursos y redes personales –de carácter autónomo– no contemplados estatutariamente. Por otra parte, se estudia el modo en que esas estrategias se articulan con las redes clientelares y de patronazgo. Estos vínculos suelen darse fundamentalmente en aquellos contextos donde hay grupos de individuos (*clusters*) que requieren de una estrategia alternativa a las que las instituciones formales brindan para satisfacer sus necesidades básicas<sup>7</sup>.

Los datos aquí presentados son resultado de la observación directa de diversos procesos electorales locales realizados en Ecuador, un excelente escenario para conocer el modo en que funcionan los partidos en sistemas de débil institucionalización. Aun cuando es posible estudiar este tipo de procesos en el nivel nacional, en la práctica resulta más sencillo describirlos y analizarlos en contextos micro. El texto se estructura a partir de la descripción del día previo a una elección en una ciudad ecuatoriana. Dicha descripción no agota todos los elementos existentes, pero permite encontrar algunos patrones que pueden contribuir a una reflexión más general sobre las relaciones entre electores y políticos en las ciudades pequeñas, la interacción entre los partidos en el nivel nacional y sus dirigentes locales y, en particular, el modo en que candidatos y partidos se organizan para cumplir algunas funciones básicas de la competencia democrática. El trabajo concluye con una discusión teórica sobre algunos de los elementos más significativos de esa interacción entre organización informal de partidos, clientelismo político y patronazgo en el nivel local.

### ■ Un día de campaña en una elección local: la *fiesta de la política*

La calle estaba vacía. Eran las tres y media de la tarde del jueves 3 de agosto de 2000. No había gente trabajando, las tarimas no estaban instaladas, ni siquiera había transeúntes paseando por una de las principales avenidas de la

---

7. Una discusión sobre la naturaleza de los vínculos puede verse en Herbert Kitschelt y Steven I. Wilkinson (eds.): *Patrons, Clients and Policies: Patterns of Democratic Accountability*, Cambridge University Press, Cambridge, 2007.

ciudad capital de esta pequeña provincia ecuatoriana. Se respiraba una cierta sensación de «calma chicha». En general, se notaba desinterés y apatía ante la convocatoria a las urnas para elegir al prefecto provincial y a diversos alcaldes de los cantones de la provincia<sup>8</sup>. La convocatoria era excepcional. La elección general había sido unos meses antes pero, tras las denuncias de fraude realizadas por los dirigentes del Partido Roldosista Ecuatoriano (PRE)<sup>9</sup> contra los miembros del Tribunal Provincial Electoral y, fundamentalmente, contra su eterno rival, el Partido Social Cristiano (PSC), el Tribunal Supremo Electoral ordenó repetir los comicios, que habían sido ganados por el PSC.

Una hora y media después, las plataformas de los camiones que servirían de tarima para el cierre de la campaña impedían el paso a los automóviles en la avenida principal. Un empleado del municipio (o de la empresa privada del alcalde roldosista de ese momento) barría la calle mientras otros trabajadores colgaban banderas con lemas del partido. Dos automóviles particulares, sin más publicidad que una calcomanía rectangular con la inscripción «Déjenlo volver» sobre los colores amarillo, rojo y negro, perifoneaban convocando

**A pesar de que los estatutos señalan que los candidatos deben ser definidos por las asambleas provinciales y cantonales, en la práctica el candidato a prefecto siempre es el cacique provincial ■**

insistentemente al baile de cierre de campaña del candidato a prefecto, Juan García<sup>10</sup>, en el que actuaría un grupo musical local y al que se esperaba que llegara la dirigencia nacional del partido proveniente de Guayaquil.

Antes de esta elección no se habían realizado comicios internos para seleccionar a los candidatos a prefecto y alcaldes. No era una novedad: a pesar de

que los estatutos señalan que los candidatos deben ser definidos por las asambleas provinciales y cantonales, en la práctica el candidato a prefecto siempre es el cacique provincial, que cuenta con los recursos mediáticos, financieros o

---

8. Los alcaldes son el Poder Ejecutivo de los cantones (municipios) del país y son elegidos de manera directa por los ciudadanos.

9. El Movimiento Roldosista Ecuatoriano fue creado el 5 de febrero de 1982 en la ciudad de Guayaquil por un grupo de 47 amigos, bajo el liderazgo de Abdalá Bucaram Ortiz, tras la muerte de Jaime Roldós Aguilera y el descenso electoral de la histórica agrupación de carácter populista Concentración de Fuerzas Populares (CFP). La base de apoyo del partido está en los sectores pobres marginados y en grupos de nuevos empresarios (a menudo de ascendencia libanesa) que se han encontrado excluidos de los círculos de la oligarquía costera tradicional.

10. Se ha decidido alterar los nombres de los protagonistas y del municipio observado para preservar la identidad de los participantes.

políticos necesarios para hacer frente a un costoso proceso electoral. Se trata, en general, de aquella persona que tiene acceso directo a los recursos públicos (en el caso de que ostente un cargo de representación popular), aunque también puede aprovechar sus propios recursos financieros y humanos, normalmente asociados a negocios privados y apoyado por empresarios amigos locales. Esta manera de definir candidatos se encuentra bastante alejada de los procesos que garantizan la democracia interna del partido. Sin embargo, es el modo en que se suele definir la selección de candidatos en aquellas fuerzas políticas en las que el peso de la organización descansa fundamentalmente en el cacique local<sup>11</sup>.

El mitin de esa noche era una «fiesta» con varios significados. Si para un observador ocasional era solo baile, *show* y espectáculo, para los roldosistas era el momento en que se remarcaba la identidad colectiva y se estrechaban los vínculos con su líder, Abdalá Bucaram Ortiz, quien, tras ejercer la Presidencia de Ecuador durante seis meses, había abandonado el poder en febrero de 1997, luego de una fuerte movilización popular, por denuncias de corrupción e incapacidad para el ejercicio del poder y, hasta ese momento, no había podido regresar al país. Los roldosistas entendían que el vínculo con el líder era único y que esos mítines funcionaban como ejercicios simbólicos, donde se apelaba a la figura de Jaime Roldós Aguilera y Martha Bucaram Ortiz, al sentimiento de exclusión social, a la dicotomía «amigo-enemigo» y a la redención que este tipo de liderazgo daba a los seguidores. A pesar de estar exiliado, Bucaram continuaba siendo el líder del partido, la única fuente de cohesión para una serie heterogénea de jefes locales y provinciales, sobre la base de la creencia en sus cualidades extraordinarias. De ahí que muchos dirigentes se sintieran «abdalacistas» más que roldosistas.

La concentración tenía la intención de demostrarle al líder que esta pequeña ciudad le era fiel. Estos encuentros otorgan dignidad simbólica a quienes participan en ellos, ya que los seguidores se reconocen en la figura de su líder y proyectan sus demandas y aspiraciones en sus capacidades para resolver los problemas. Los mítines son el espacio en que Bucaram Ortiz renueva la relación con sus seguidores y, a través de ese ritual, reordena la identidad colectiva. Por un momento se pasa a formar parte de un colectivo que integra a los que actúan en él, que permite cuestionar y transgredir el orden social

---

11. «El PRE básicamente tiene una conformación populista. Porque realmente los comandos provinciales no entienden de elecciones internas (...), se hacen, se hacen pero les importa un carajo. Siempre es el director, el líder de la provincia, el que va disponiendo los nombres, el que tiene mayor peso [en la designación de los cargos internos y en los candidatos].» Entrevista de la autora a Abdalá Bucaram Ortiz, Ciudad de Panamá, 16 de agosto de 2000.

pero sin llegar a una postura radical antisistema<sup>12</sup>. El propio Bucaram define el modo en que cree que funcionan esos mítines y la manera en que es entendida su presencia:

El pueblo quiere ver a Abdalá, porque para ellos Abdalá es un espectáculo, es un chou [show], yo qué sé. Ellos ríen, lloran, sus pasiones las descubren en Abdalá cuando está en una tarima. En estos términos sí creo que soy el grito de agonía, como dicen, del populismo ecuatoriano, pero ahí está Abdalá, ahí está el espectáculo, ahí está lo que quieran, pero ahí está, (...) yo creo ser el pueblo, yo creo ser el indio, el cholo, el negro. Yo los conozco; yo me compenetro con ellos.<sup>13</sup>

Como en cualquier organización populista con un liderazgo de corte carismático, el referente es un salvador; quien toma todas las decisiones estratégicas y

**Como en cualquier  
organización populista  
con un liderazgo de  
corte carismático, el  
referente es un salvador;  
quien toma todas las  
decisiones estratégicas  
y da contenido  
al universo simbólico ■**

da contenido al universo simbólico. Gracias a él se consiguen los recursos públicos, se solucionan los problemas cotidianos, se forma parte de una comunidad de miembros. Nada se resuelve sin que el líder lo sepa: de ahí el carácter jerárquico y vertical de los vínculos.

Bucaram es un líder populista (...) en la campaña y baila con el pobrecito que está ahí pero comiendo con las manos y limpiándose con la ropa. Nuestra gente es así, lamentablemente. Hay mucha gente a la que le gusta eso, el folklorismo, el ofrecimiento, el chupe, les llevan trago, y les marean. Este es mi candidato, que Bucaram

habla malas palabras en las plataformas, en los mítines políticos y eso le gusta a la gente de la Costa (...) Vos no les vas a comparar al abogado [Jaime Nebot] en ningún momento con el loco Bucaram (...) El Partido Roldosista Ecuatoriano se creó no para un tratamiento hacia la parte social de la gente pobre. Es simple (...) eso le gusta a la gente, es demagogia. ¿Qué es demagogia? Es ofrecer lo que nunca vas a dar.<sup>14</sup>

El momento de la fiesta se acercaba. Las camionetas de los dirigentes locales del partido, identificadas por una gran calcomanía en el vidrio delantero, se

---

12. Carlos de la Torre muestra que la realización de mítines es una característica más de los populistas clásicos, que entonces debe ser considerada como una continuidad de un estilo de hacer política si se compara a los nuevos populistas con los anteriores. «El canto y el baile (...) reivindicaban la sexualidad popular que es despreciada y reprimida por la gente bien (...) Abdalá recorrió el país dando discursos y espectáculos en los que se transgredían las relaciones de poder y de dominación entre los pobres y 'esa gente'.» Ver C. de la Torre: «Los usos políticos de las categorías pueblo y democracia» en *Ecuador Debate* N° 41, 8/1997, p. 68.

13. «Bucaram: Soy el grito de agonía del populismo» en *El País*, Madrid, 8/2/1988, p. 4.

14. Entrevistas con un dirigente nacional del psc, en Guayaquil, realizadas por la autora en julio y agosto de 1999.

movían de un lado a otro, pero con cuidado de no toparse en una de las esquinas con la «Caravana de la 6», del PSC, que se encontraba recorriendo las calles de la ciudad para luego dirigirse a los municipios más cercanos. Unos días antes, los autos se habían cruzado y había habido tiroteos entre unos y otros. No podía volver a ocurrir. Por eso, García cerraba la campaña en su ciudad natal mientras que el candidato socialcristiano realizaba su acto final en otro cantón de la provincia. La intención era evitar que se encontraran nuevamente, en especial luego de los tragos y la fiesta.

Entre todas las camionetas que circulaban en la ciudad se destacaban dos: la del dos veces alcalde y la de su hermano, el diputado provincial, amigos de García desde la infancia, roldosistas, compadres y, al mismo tiempo, improvisados directores de campaña. Los tres pertenecían a familias de origen libanés que, como la de Bucaram, habían tenido que hacer esfuerzos para progresar y conseguir que algunos de sus hijos se transformaran en profesionales y comerciantes prósperos, según señalan una y otra vez sus colaboradores. Habían ingresado al partido en 1986, tras problemas internos en el Partido Demócrata. Eran ellos (y no el partido nacional) quienes se encargaban del trabajo electoral, así como también de sostener la sede del partido, ubicada en un local de la empresa familiar. Eran ellos quienes pagaban los anuncios y financiaban el transporte de activistas, fichaban a grupos para pintar *graffitis*, ofrecían comida y música en directo en los mítines, mantenían vivos los certámenes de fútbol y conseguían los premios que se entregaban a los triunfadores. Eran ellos quienes se hacían cargo de todas las actividades del partido en el nivel local y, por lo tanto, los que tomaban las decisiones organizativas en ese distrito.

Ese día no era un día cualquiera. El diputado recordaba a los distraídos transeúntes que a las siete de la tarde iba a comenzar la fiesta. Quizás sin darse cuenta, invitaba directamente al baile y no al cierre de campaña de su amigo, el candidato a prefecto. Daba por sentado que todos entendían el mensaje: esperaba verlos allí, apoyando la lista 10. A cambio, habría helados, funditas, tragos, baile gratis y otros regalos (camisetas, calendarios, calcomanías, gorras, banderas). En tiempos de crisis, esas eran cosas que no se despreciaban. Algunos de los caminantes se acercaban a la camioneta a pedir dinero para unos tragos. El diputado accedía a cada uno de los pedidos. No era cuestión de perder votos, justificaba. Pero el diputado también sabía que estas cosas no definían la elección. El PRE y, sobre todo, su hermano desde la alcaldía y él desde la diputación, habían trabajado mucho por esa ciudad en los últimos años. Habían conseguido obras importantes. Y la gente valoraba eso. Y eso se iba a ver en el resultado de la elección.

Entre tanto, frente al edificio municipal, continuaban los preparativos para el gran baile. Un grupo de empleados de la empresa del diputado, que no eran militantes roldosistas, regalaba calcomanías. Los estatutos de la organización no tenían criterios muy rígidos (ni claros) para elegir a sus miembros. Es más: el partido ni siquiera contaba con un registro de militantes. Ser miembro del PRE, como en otros tantos partidos populistas, era en buena medida una cuestión de autodeclaración. No sorprende que esos colaboradores estuvieran conectados fundamentalmente al liderazgo del diputado o el alcalde, ya sea por vínculos de familia, de negocios o de deporte. Su trabajo consistía en hacer todo lo que el dirigente (el patrón) les indicara, ya sea en la empresa familiar, en la organización de actividades sociales (como el campeonato de fútbol) o en el partido.

En esos momentos, el candidato a prefecto iniciaba la caravana que finalizaría cerca de las 10:30 de la noche frente a la tarima, donde el conjunto musical local entretenía a los que se habían acercado. Entre los asistentes se mezclaban grupos de seguidores locales con otros recién llegados desde Guayaquil, por gentileza de un dirigente nacional, también en ese momento presidente de un importante club de fútbol. En la caja de la camioneta principal, de pie, saludando a los transeúntes, se veía a mucha gente. Entre ellos se destacaba la dirigencia nacional del partido, que estaba allí para apoyar a García pero también para dejar claro quiénes eran los que controlaban la organización cuando Bucaram estaba fuera del país. Algunos de los guardaespaldas, que además de trabajadores de las empresas de los dirigentes roldosistas, eran asesores con contrato en el Congreso Nacional o en la alcaldía, corrían al lado de la camioneta. Muchos estaban armados, temerosos de que gente «de la 6» (o en nombre de ella) generara incidentes.

**En las camionetas se iban mencionando los nombres de los que tenían que salir de su casa, a la acera, a manifestar su apoyo. Unos y otros reconocían la importancia de ser vistos ■**

La caravana recorrió las calles más importantes de la ciudad. Mientras avanzaba, los ciudadanos salían a aclamar a los candidatos. En las camionetas se iban mencionando los nombres de los

que tenían que salir de su casa, a la acera, a manifestar su apoyo. Unos y otros reconocían la importancia de ser vistos. «Estar en la calle» era una inversión a futuro, pues probablemente se necesitara en algún momento la ayuda concreta de los políticos, y era importante que ellos recordaran que el día de la campaña habían estado disponibles, apoyando desde la puerta o en el acto de cierre. En

ciudades pequeñas, «ser visto» es un recurso fundamental, sobre todo cuando luego se solicitan favores para solucionar problemas concretos. Es la manera de demostrar solidaridad y lealtad hacia los políticos cuando el Estado resulta una fuente ineficiente de resolución de demandas y no hay muchas alternativas para satisfacer las necesidades básicas. En este esquema, los políticos resuelven los problemas o gestionan soluciones con sus contactos en el municipio.

El cierre de campaña estuvo a cargo de los dirigentes nacionales, del candidato y del propio Bucaram, quien desde Panamá dio un discurso vía telefónica, tras las palabras de su hermano y del director nacional del partido. Con ese acto, se cerraba legalmente la actividad proselitista. La calle estaba repleta de gente que había disfrutado hasta último momento de los diversos grupos musicales que amenizaban el mitin. Los seguidores bailaban y bebían mientras la plana mayor roldosista desaparecía apenas concluidos los discursos.

A pesar de que el cierre oficial de la campaña había sido el jueves por la noche, al día siguiente por la tarde el alcalde aprovechó para inaugurar algunas «obritas», acompañado del candidato y de los dirigentes nacionales que aún permanecían en el cantón. Lo hizo de espaldas a la prensa y sin hacer mucha publicidad. Esto era una muestra de que se podía continuar haciendo campaña, aunque oficialmente estaba prohibido. Dado que el alcalde no era candidato, utilizaba su posición en el municipio para promover sus éxitos y, de esa manera, apoyar a su amigo, el aspirante a prefecto. Los ciudadanos debían recordar quién había trabajado desde la capital por esta ciudad y quiénes eran los que proveían de recursos y obras para el futuro.

El sábado llegaron militantes desde Guayaquil con la misión de apoyar al partido en caso de que surgieran problemas con los socialcristianos. La presencia de estos grupos generó cierto malestar entre los militantes locales, ya que los llegados de Guayaquil exigían que se les diera alojamiento y comida gratis, mientras que los locales aún seguían esperando alguna compensación monetaria por todo lo que habían hecho en la campaña. Los recién llegados se quejaban de que habían sido enviados sin dinero, lo que significaba que sus gastos «corrían por cuenta» de los caciques locales. Transcurría la tarde del sábado y ningún dirigente se hacía cargo de los visitantes, lo que llevó a algunos de ellos a insultar y a enfadarse con los dirigentes locales, sobre todo en la puerta del edificio municipal. En un momento, cuando ingresaba el candidato a prefecto, los militantes lo interceptaron y consiguieron que

este les diera dinero<sup>15</sup>; así se solucionó cualquier potencial conflicto en las filas roldosistas.

En tanto, en las oficinas de la alcaldía, dos coordinadores del partido, provenientes de otra provincia, daban una charla a los representantes en las Juntas Receptoras de Voto. Les enseñaban a evitar otro posible fraude. El mensaje era uno solo: había que conseguir, fuera como fuera, la «cuarta» acta con los resultados de la mesa electoral, firmada por los miembros de la Junta Receptora, pues eso fue lo que permitió, en la elección anterior, demostrar ante el Tribunal Supremo Electoral que se había realizado fraude. El modo de obtener esas actas quedaba a consideración de cada uno de los delegados, y el partido no se hacía responsable de su modo de proceder.

A las cinco de la tarde se cerró el proceso electoral con el sonido de las sirenas del Cuerpo de Bomberos. Un periodista de Radio Guayaquil, la emisora de Bucaram, se apresuró a dar los primeros datos de una encuesta ciudadana realizada durante la jornada electoral. En realidad, la encuesta se había «inventado», siguiendo las opiniones de los dirigentes nacionales que estaban reunidos en el despacho del alcalde. Desde el sillón contiguo al escritorio del edil, celular en mano, el director nacional del partido había controlado muy de cerca cómo se iba desarrollando la jornada, y desde allí había expresado su visión de los resultados. No se habían hecho encuestas.

Las primeras tendencias transmitidas por Radio Guayaquil señalaban que el PRE ganaría la prefectura por cerca de 56% de los votos, frente a un magro 7,5% obtenido por el candidato socialcristiano, con un ausentismo de 38,5%. Pero esas estimaciones eran fruto de la imaginación de los dirigentes más que resultado de sondeos a boca de urna. Mientras tanto, en el malecón se iba reuniendo una multitud ansiosa de festejar el triunfo. La radio indicaba que la lucha con los socialcristianos era muy ajustada. El instinto del director nacional había sido acertado. Rápidamente, Bucaram se dirigió desde Panamá por radio a sus seguidores. Era su manera de estar presente y de reeditar nuevamente el vínculo con sus militantes. El éxito era de él. Nunca la derrota.

A las ocho y media, el candidato a prefecto se trasladó en una caravana motorizada desde su domicilio particular a la sede del municipio. Nuevamente, los simpatizantes salieron a la puerta de sus casas (ahora en más cantidad) para dejarse ver. Allí esperaban los que tenían mucho que festejar por la continuidad de un gobierno roldosista en la provincia. Dos horas más tarde, una multitud

---

15. Algunos dirigentes mencionaron que les dio cerca de 500 dólares y otros más pesimistas señalaban que no había pasado de 200.

emprendió una caminata hasta la sede del Tribunal Electoral Provincial para proteger los votos obtenidos en las urnas. La espera nocturna frente a la puerta lateral del organismo electoral, que prometía ser larga, se matizó con bebida y música, ambas financiadas por los dirigentes del partido. Esta era la otra fiesta, la de los votos. Cuando los resultados terminan siendo favorables, como los de esa noche, celebran todos: líder, caciques, intermediarios y seguidores. Esa es la verdadera fiesta roldosista.

### ■ La organización informal como una estrategia de supervivencia de los partidos políticos en contextos locales

El relato muestra cómo las principales decisiones de los políticos se toman de manera autónoma, por fuera de los canales y órganos establecidos en los estatutos partidarios, y las actividades electorales se realizan a través de redes informales y vínculos clientelares y de patronazgo.

Esta descripción retrata el modo en que se dan las relaciones entre candidatos locales, líderes nacionales, intermediarios y electores en una organización neopopulista. A diferencia de lo que la literatura suele sostener, en el sentido de que en este tipo de organizaciones todas las decisiones son tomadas por el liderazgo carismático, este trabajo demuestra que, además del líder, los caciques locales resultan fundamentales para decidir y llevar adelante el trabajo partidario, ya que cuentan con recursos económicos, mediáticos y clientelares propios, que les permiten gozar de cierta autonomía.

**Este trabajo demuestra que, además del líder, los caciques regionales y locales resultan fundamentales para decidir y llevar adelante el trabajo partidario ■**

Los datos describen cómo se hace campaña en un distrito-feudo, donde un partido ha conseguido históricamente un alto porcentaje de apoyos, superior a su media nacional. En aquellos sistemas en los que los apoyos electorales están muy segmentados, haciendo que algunos partidos ganen fundamentalmente en unos distritos pero sin ninguna penetración en otros, las estrategias organizativas suelen también diferenciarse<sup>16</sup>. En los distritos-feudo, la organización partidaria dominante tiene una estructura territorial más grande,

---

16. Ecuador es un ejemplo claro de esa división y del modo en que ese clivaje (*cleavage*) condiciona el comportamiento político. V. los trabajos de Simón Pachano: «El territorio de los partidos» en IDEA Internacional: *Partidos políticos en la región andina: entre la crisis y el cambio*, Ágora Democrática / IDEA, Lima, 2004; Flavia Freidenberg y Manuel Alcántara Sáez: «Cuestión regional y política en Ecuador: Partidos de vocación nacional y apoyo regional» en *América Latina Hoy* N° 27, 4/2001, pp. 123-152; y Francisco Sánchez: *¿Democracia no lograda o democracia malograda? Un análisis del sistema político del Ecuador: 1979-2002*, Flacso-Ecuador, Quito, 2008.

mayor número de actividades de socialización política, mayor cantidad de recursos para ofrecer a cambio de apoyos, además de caciques, dirigentes medios y militantes dispuestos a ser candidatos. Entre tanto, en los distritos *hostiles*, donde históricamente la media de sus apoyos no supera a la nacional, su organización merma, carece de una infraestructura permanente, no desarrolla actividades de socialización y, al momento de presentar candidatos, postula a quienes ya sabe que van a perder, apela a alianzas con otras agrupaciones o moviliza políticos de peso nacional para que organicen a la base electoral del partido<sup>17</sup>.

En los distritos-feudo, además, la organización partidaria suele contar con una fuerte organización informal, que le permite «llenar los huecos» de la debilidad organizativa de los partidos ecuatorianos. La mayor parte de los lazos se encuentran en los márgenes de la burocracia: cada cacique financia sus actividades, establece las reglas de funcionamiento (sin tomar en cuenta lo que dicen los estatutos) y moviliza a los activistas y electores mediante redes clientelares, haciendo que muchos de ellos se acerquen al partido con la esperanza de conseguir beneficios materiales (incentivos selectivos materiales y también de estatus) que los ayuden a mejorar su situación individual. Si bien todos los partidos combinan en alguna dosis los recursos programáticos y clientelares para distribuir entre su potencial electorado<sup>18</sup>, en los distritos-feudo los partidos cuentan con trayectorias que cimientan este tipo de intercambios.

La declaración de un cacique provincial de mucha relevancia en la década de 1990, que ha cambiado varias veces de partido, contribuye a retratar el modo en que funciona la relación entre dirigentes y electores en los escenarios locales: un lazo fundamentalmente personal, más allá del vínculo partidista, lo que facilita el «cambio de camiseta» y el traslado de los dirigentes de un partido a otro (aun cuando se está en esos distritos-feudo).

La gente es muy agradecida conmigo. Donde yo voy, siempre me dan una gallinita criolla, un chivito, cualquier cosa nos brindan. Es que yo permanentemente estoy con la gente: si a alguien se le muere un niño yo le compro la caja; si le falta la cinta para la madrina del barrio, yo le compro la cinta; si le falta la pelota, yo le doy la pelota; si le falta la

---

17. La evidencia empírica que sostiene esta descripción puede encontrarse en Flavia Freidenberg: *Jama, Caleta y Camello: Las estrategias de Abdalá Bucaram y el Partido Roldosista Ecuatoriano para ganar elecciones*, Corporación Editora Nacional, Quito, 2003.

18. V. el trabajo de Ernesto Calvo y María Victoria Murillo: «Selecting Clients: Partisan Networks and the Electoral Benefits of Targeted Distribution», trabajo presentado en el Comparative Politics Workshop, Universidad de Yale, 11 de noviembre de 2009.

banca en la escuela, yo le doy la banca. Por eso la corriente en Los Ríos es Llerena. Si mañana me voy al PSC, al MPD o a Pachakutik, tenga la seguridad de que yo gano una elección.<sup>19</sup>

Como se señaló, todos los partidos recurren en alguna medida a estrategias clientelares, pero es probable que, en determinados contextos, tiendan a invertir mayores esfuerzos en este tipo de prácticas que en otras más programáticas. En áreas en que importantes sectores de la población viven en condiciones marginales, en las cuales el Estado se encuentra casi ausente y ha mostrado muchas dificultades para resolver los problemas cotidianos, donde el costo de participar en la política formal es mucho mayor que las alternativas informales, muchos electores consideran a los dirigentes locales, las redes de vínculos que ellos controlan y el acceso a recursos que facilita el intercambio como una salvación. En estos contextos, es mucho más probable que los partidos cuenten con acceso a fondos provenientes del Estado; por ejemplo, para la distribución de cargos en el gobierno o recursos estatales que facilitan la compra de comida, materiales de construcción o medicamentos para la distribución con fines clientelistas<sup>20</sup>.

En estos escenarios, los políticos suelen participar activamente en la administración municipal, constituyéndose en líderes cívicos que dividen su lealtad entre el partido y la provincia. Cuando se controla el gobierno municipal es mucho más sencillo desarrollar la organización político-partidaria, ya que esta se convierte en una fuente de recursos clave para sostener las actividades electorales. Además, la autoridad local controla las relaciones y la circulación de recursos e información entre las instituciones nacionales y locales y, al

**Todos los partidos recurren en alguna medida a estrategias clientelares, pero es probable que, en determinados contextos, tiendan a invertir mayores esfuerzos en este tipo de prácticas que en otras más programáticas ■**

19. Declaraciones de Óscar Llerena Olvera a Cecilio Moreno Mendoza en «Llerena, el prefecto millonario», *Vistazo Internet*, 9/7/1997, <www4.vistazo.com.ec/jul09\_97/hm/politic2.htm>, fecha de consulta: 8/10/1999. También en la frase de Bucaram: «Tú me das tu voto yo te doy una escuela; tú me das tu voto y yo te doy libertad; tú me das tu voto yo te doy salud; tú me das tu voto yo te doy comprensión», citada en «Bucaram afirma que la elección presidencial es la lucha entre un hijo de Dios y uno del diablo» en *El País*, Madrid, 7/5/1988, p. 6.

20. Por ejemplo, el gobierno del PRE utilizó programas sociales –como «Abdalact» y «Mochila Escolar»– para recompensar a sus activistas y votantes. Durante la presidencia de Lucio Gutiérrez también se desarrollaron programas sociales focalizados. Con el gobierno de Rafael Correa, en el marco de la Revolución Ciudadana, se han desarrollado programas como el del Bono Solidario o el del Bono Vivienda, por mencionar algunos, que han manifestado intenciones similares (aunque no de carácter oficial).

mismo tiempo, los vínculos entre los órganos del partido en los niveles provincial, local y nacional. En este esquema, el dirigente se convierte en una correa de transmisión entre el aparato local y el nacional. Contar con acceso al gobierno local aumenta la capacidad de influencia de un dirigente hacia el interior del partido, así como también lo transforma en un mecenas de la organización. Esto contribuye a que asuma el papel de patrón en la dinámica política.

El patronazgo, por tanto, resulta un factor importante en la capacidad organizativa del partido, que complementa la actividad clientelar. El patronazgo alude a la distribución de recursos y favores estatales (particularmente trabajos en el sector público), mientras que el clientelismo trata de una relación personal, asimétrica, entre posiciones funcionalmente diferenciadas, que genera un intercambio dual e implica confianza entre las partes, sentimientos de reciprocidad (o al menos una expectativa vinculada a ella), cierto nivel de coacción y compromiso en pro de un favorecimiento mutuo<sup>21</sup>.

**La organización informal,  
 el clientelismo político y el  
 patronazgo forman parte  
 entonces de las estrategias  
 (no estrictamente partidarias)  
 que complementan el trabajo  
 electoral del partido ■**

Esto significa que el patronazgo contribuye al desarrollo del clientelismo.

La organización informal, el clientelismo político y el patronazgo forman parte entonces de las estrategias que complementan el trabajo electoral del partido. Aunque la organización informal no se agota ni es exclusiva de las relaciones clientelares, y aunque un partido puede organizarse informalmente sin necesidad de recurrir al clientelismo, en determinados espacios ambos aspectos van juntos. Cuando ambos están unidos, esa manera informal de movilizar el voto se sustenta en el vínculo entre el dirigente (patrón), el intermediario y los seguidores (clientes), que comienza en términos ideales como una relación de afecto o amistad pero luego se transforma en un vínculo de dependencia personal. La relación clientelar se verifica cuando patrones, mediadores y clientes existen el uno para el otro, cuando el lazo de amistad y afecto que relaciona a estos actores es sostenido de manera estable como un imaginario –un mito de asistencia– que se articula en prácticas concretas<sup>22</sup>.

21. Sobre la diferencia entre patronazgo y clientelismo, v. José Cazorla: «El clientelismo de partido en la España de hoy: Una disfunción de la democracia» en *Revista de Estudios Políticos* N° 87, 1-3/1995, pp. 35-52. La necesidad de que se dé una especie de coacción del patrón hacia el cliente no está todavía del todo clara ni hay una posición común en la literatura sobre el tema.

22. Como ha mostrado Javier Auyero: «La doble vida del clientelismo político» en *Sociedad* N° 8, 4/1996, pp. 31-56 y *Poor People's Politics: Peronist Survival Networks and the Legacy of Evita*, Duke University Press, Durham, 2000.

La condición de cacique (patrón) se basa en la capacidad de ofrecer servicios, favores o recursos (maquinarias políticas, vinculaciones con los grupos de interés, corporaciones o gremios, recursos económicos, mediáticos, entre otros) en el esquema clientelar. El cacique se convierte en *patrón* de sus seguidores, pero al mismo tiempo funciona como un eslabón de una cadena vertical que lo excede y a la que debe responder. Los liderazgos nacionales pueden afectar la capacidad de influencia de esos caciques y, al mismo tiempo, estos cuentan con recursos de poder que ponen a disposición de los líderes nacionales, de manera tal que incluso pueden llegar a ser sus clientes. La condición de patrón-cliente incide en el modo en que el cacique se relaciona tanto con sus clientes (cuando es patrón) como con su patrón (cuando es cliente). Los recursos y beneficios que puede llegar a conseguir en uno de los tramos de esa relación son empleados luego en el otro.

La relación clientelar no es solo una respuesta a las necesidades materiales de los electores, sino que involucra experiencias aprehendidas que hacen reproducir ese tipo de relación en el interior de la sociedad y en la vinculación con los actores políticos. La relación responde a diversos motivos, que incluyen tanto el intercambio material como la compensación simbólica: en este segundo aspecto, el principio generador de la relación, además de la evaluación maximizadora para obtener recursos y del cumplimiento de una norma de reciprocidad, se da por la búsqueda de sentido de identidad, pertenencia y referencia de aquellos que ejercen como clientes (o mediadores) de la relación. No solo se verifica un intercambio material entre partes; ese intercambio supone también elementos subjetivos (identitarios, experiencias aprehendidas en términos culturales) que sostienen la relación<sup>23</sup>.

Contar con estos apoyos ayuda a los dirigentes locales a ganar autoridad para impulsar las estrategias organizativas del partido. La estructura informal le permite a la organización ser más flexible respecto a los desafíos que debe enfrentar en su trabajo cotidiano y contar con mayor capacidad para adaptarse a los cambios del entorno y de la propia organización. Ahora bien, esa autonomía

---

23. Lo que se aprehende es un *habitus*, un conjunto de esquemas de pensamiento, acción y evaluación que genera por sí mismo nuevas prácticas clientelares. Ver Pierre Bourdieu: *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge University Press, Cambridge, 1977. La relación clientelar sobreentiende diversos tipos de intercambios, entre ellos el de ciertas expectativas: la posibilidad de apoyar a un candidato está mediada por la probabilidad futura de necesitar de él y no ayudarlo hoy significa cerrarse una oportunidad de ayuda futura. Sobre el modo en que los seguidores perciben la relación clientelar, no como meros espectadores, sino como actores que utilizan las redes como mecanismos de resolución de demandas, v. el trabajo de Luciana Afín Bilbao: «El otro lado del clientelismo: 'la Casa que ayuda a tu casa'. Redes clientelares como mecanismos de resolución de conflictos en Saltillo, Coahuila, México», tesina de maestría, Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca, 2009.

es relativa, porque la ejecución siempre está subordinada a las decisiones del director supremo, que funciona como el punto de conexión entre los grupos de diferentes espacios territoriales (ciudades, cantones y provincias), entre los diferentes jefes provinciales y en las redes de intercambio clientelar, como el nodo que une a todas las partes del engranaje.

En este sentido, una cuestión que cruza el debate (y que ha sido poco explorada) es la interacción entre clientelismo y liderazgo carismático. Si bien el clientelismo puede darse en partidos que no cuentan con este tipo de liderazgos, en el caso de estudio ambas cuestiones se combinan. El líder supremo facilita con su liderazgo la agregación de las preferencias de dirigentes y grupos con intereses diversos, unidos por la creencia en sus cualidades extraordinarias así como por la necesidad de maximizar sus beneficios electorales. El clientelismo político es, por lo tanto, funcional a los objetivos del líder y sus caciques, además del aceite que facilita el vínculo material y simbólico con los electores.

## ■ Conclusiones

El PRE ha sido un actor central del sistema político ecuatoriano entre 1982 y 2005. Tras las elecciones de 2006 y 2009, los partidos tradicionales han perdido sus capacidades de movilización y han fracasado en su esfuerzo por conseguir apoyos electorales. El PRE ha visto mermada su fuerza electoral en estos años, a pesar de la solidez de sus lazos en sus distritos-feudo (Los Ríos, Guayas, Manabí, El Oro y Esmeraldas) y su capacidad de cambiar sus posiciones en función de sus intereses inmediatos. Dichas transformaciones, provocadas por la debacle de los partidos tradicionales, han supuesto a su vez cambios importantes en la configuración de la estructura de la competencia partidaria, al punto de encontrarse hoy en transición desde un sistema propartido a otro de tipo antipartido<sup>24</sup>.

A pesar de esos cambios en los actores políticos, la política ecuatoriana continúa marcada por prácticas informales, clientelares y de patronazgo. Los partidos emergentes, a pesar de su discurso de nueva política, continúan empleando ese tipo de estrategias informales para movilizar a su electorado, lo que pone de manifiesto la solidez y alta institucionalización de ese tipo de vínculos, redes y reglas no escritas. Si bien hay quienes definen la institucionalización como

---

24. V. la investigación sobre la evolución de sistema de partidos en Ecuador en los últimos 30 años de Flavia Freidenberg: «Elecciones, partidos y comportamiento electoral en treinta años de democracia en Ecuador (1978-2009)», trabajo presentado en el Seminario Internacional «30 años de democracia en América Latina», organizado por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Ecuador, Quito, 18 y 19 de noviembre de 2009.

«procesos por los cuales las reglas y procedimientos son conocidos, aceptados y practicados por los miembros», asociándola usualmente a lo formal<sup>25</sup>, las redes informales que facilitan estas estrategias gozan también de altos niveles de institucionalización, siendo partes fundamentales de la organización e incluso del modo en que se hace política cotidianamente: sin ellas, los partidos no conseguirían funcionar ni podrían cumplir con muchas de sus tareas.

Un interrogante que surge al observar estas transformaciones tiene que ver con la forma en que esas redes, que se encuentran institucionalizadas, se trasladan de un partido a otro, en particular en momentos en que los actores tradicionales van perdiendo fuerza en los distritos donde solían tener sus «feudos». Aun

cuando parece teóricamente difícil que los partidos pierdan a sus electores, en la práctica ocurre así. La competencia en la oferta de recursos clientelares (en este caso por parte del Partido Renovador Institucional Acción Nacional [PRIAN], del PSP e incluso de Alianza PAIS), la cooptación de caciques provinciales por parte de otras formaciones partidarias y las dificultades de acceso a los recursos para distribuir (cuando no se tienen los beneficios del patronazgo) minimizan las oportunidades de los políticos de distribuir incentivos de participación selectivos.

A los caciques les interesa controlar directamente los recursos para preservar su posición dentro de la organización, así como también a sus clientelas, que son las que harán posible el éxito electoral y, con ello, el respeto de los demás dirigentes, un atributo que en organizaciones neopopulistas resulta fundamental para sobrevivir a los cambios electorales, los cismas internos, los cambios de humor del líder y los vaivenes de la política local y nacional. La evidencia muestra que, además del intercambio material, hay una dimensión subjetiva que sustenta la relación. La cuestión está en que resulta necesario el intercambio material para que la dimensión subjetiva se dé. Y los roldosistas se fueron quedando sin fuentes de patronazgo frente a otros competidores,

**Los partidos emergentes, a pesar de su discurso de nueva política, continúan empleando ese tipo de estrategias informales para movilizar a su electorado, lo que pone de manifiesto la solidez y alta institucionalización de ese tipo de vínculos, redes y reglas no escritas ■**

25. Ver Scott Mainwaring y Timothy R. Scully: «Introduction: Party Systems in Latin America» en S. Mainwaring y T.R. Scully (eds.): *Building Democratic Institutions: Party Systems in Latin America*, Stanford University Press, Stanford, 1995.

como el PRIAN, que contaba con recursos propios para poder cooptar a las viejas redes clientelares roldosistas o del PCS, que retiene aún el control de la Alcaldía de Guayaquil y puede, por lo tanto, acceder a diversos tipos de recursos económicos para distribuir entre sus redes.

El hecho de que las estructuras informales se basen en relaciones clientelares tiende a debilitar la representación democrática. Donde las lealtades personales o los intercambios clientelistas predominan, los vínculos programáticos suelen ser débiles, aun cuando ambos elementos (programático y clientelar) vayan juntos y sean difíciles de separar uno del otro. Es más, es probable que la naturaleza poco transparente de la mayoría de las estructuras informales socave la rendición de cuentas del partido. Si las decisiones se toman fuera de las estructuras formales, se elimina cualquier posibilidad de democracia interna. Si los asuntos financieros no son regulados ni documentados y los verdaderos canales de poder están ocultos, la capacidad de los votantes para percibir quién y qué dirigentes o partidos los representan se debilita. Dichos partidos tienen más posibilidades de ser controlados por intereses privados o ilícitos.

Pero algunos aspectos de la organización informal contribuyen a dotar de flexibilidad organizativa a los partidos, favoreciendo el cumplimiento de sus metas en contextos de débil institucionalización formal. La organización informal puede ayudar a la supervivencia de la agrupación o a la movilización de grupos tradicionalmente oprimidos o excluidos del sistema partidario. Esa manera de funcionar y ese acceso a recursos que no se circunscriben a lo que pautan las reglas escritas mejoran la capacidad adaptativa del partido frente a los desafíos y los cambios del entorno, de sus competidores y de sus actores internos. En la práctica, sin estas actividades y estrategias sería difícil que muchos partidos pudieran sobrevivir.

Estas estrategias y redes de funcionamiento no son exclusivas de los partidos ecuatorianos. Constituyen el *corazón* de muchos partidos políticos latinoamericanos en la medida en que facilitan una serie de tareas claves: reclutan a los militantes, seleccionan candidatos, consiguen dinero, son un vínculo con diversos sectores de la sociedad y, lo más importante, generan votos. Los análisis que ignoren estas estructuras pierden de vista gran parte de lo que realmente ocurre dentro de las organizaciones partidarias y fortalecen a quienes argumentan que los partidos no hacen nada, o son actores débiles en la región. Quienes defienden estas ideas posiblemente lo hagan porque solo miran lo que dicen las reglas escritas, desconociendo el entramado de vínculos, redes y estrategias que, aunque se encuentran detrás de lo formal, resultan fundamentales para explicar y entender el funcionamiento de los partidos en la región. ☐