

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA**  
**Tesis Licenciatura en Sociología**

**Relaciones informales entre sistema político y sociedad civil.**  
Un estudio de caso : la izquierda uruguaya en las elecciones  
municipales de mayo del 2005

**Maximiliano Duarte**  
Tutora: Susana Mallo

**2007**

## RESÚMEN

---

Los mecanismos informales de relacionamiento entre Estado, Partidos Políticos y Sociedad Civil han sido y son en la actualidad una temática recurrente en los diversos ámbitos que conforman la opinión pública. Pese a esto, son escasos los estudios académicos en Uruguay que se focalicen específicamente en este aspecto. En el marco del éxito electoral de la izquierda en las elecciones municipales de mayo del 2005 donde obtuvo ocho de las diecinueve intendencias del país, consideramos pertinente preguntarse ¿Cuáles fueron las pautas de relacionamiento entre el FA-EP-NM y la Sociedad Civil durante el periodo electoral?

Retomando el concepto de “mediación política” así como los aportes de las teorías de Capital Social y los análisis desde la perspectiva de Redes, es que el presente estudio examina el relacionamiento político informal establecido entre brokers locales y simpatizantes del EP-FA-NM en el departamento de Canelones, indagando en los lazos de confianza establecidos entre los participantes, los circuitos informales de resolución de problemas y el capital social capturado y/o construido como un mecanismo eficaz de mantenimiento de adhesiones políticas en el período inter-electoral. La hipótesis central que orienta la siguiente investigación supone que las relaciones informales y particularistas entre referentes políticos y simpatizantes, lejos de estar destinados a desaparecer, surgen en los nuevos gobiernos de izquierda como una forma legítima y efectiva de hacer política.

Palabras claves
-----------------

Clientelismo Político – Mediación Política – Relaciones entre Partidos y Sociedad Civil-  
Comportamientos Electorales – Capital Social.

## ÍNDICE

---

INTRODUCCIÓN	4
<b>CAPÍTULO UNO</b>	
Hacia una descripción densa de las relaciones informales: Del estudio del clientelismo político al concepto de mediación política	6
<hr/>	
1.1 Definiciones y características de la relación clientelar	7
1.1.1 Del clientelismo tradicional al clientelismo moderno	8
1.2 Hacia la mediación política: dos matices puntuales y tres críticas globales al clientelismo político	9
1.2.1 Dos matices puntuales	10
1.2.2 Tres críticas globales al concepto de clientelismo político	11
1. No respondo solo reacciono: utilitarismo	11
2. El intercambio.	11
3. ¿Podemos confundir a la Reina de Inglaterra con la Reina de la Vendimia de San Ramón?	13
1.2.3 Hacia una descripción densa de las relaciones informales.	13
1.3 Aportes de la literatura de redes sociales para el análisis de las relaciones informales	15
1.3.1 “No es lo que tu sabes sino a quién conoces”	17
1.4 Breve reseña de la política informal en el Uruguay	18
1.4.1 Consideraciones actuales de la temática en el Uruguay	20
<b>CAPITULO DOS</b>	
“Made in Canelones”: descripción del escenario.	22
<hr/>	
2.1 El proceso político nacional y su correlato en el departamento canario.	23
2.2 Crisis de legitimidad de los sistemas formales: Administración Hackembruch	24
2.3 Candidato y Candidatura	25
2.3.1 Candidato	26
2.3.2 Candidatura	27
2.4 Casa Canaria vs. Frente Amplio-Encuentro-Progresista-Nueva Mayoría	28
2.5 Delimitación del problema de investigación y objetivos	31
2.6 Estrategia metodológica y técnicas de investigación	31

CAPÍTULO TRES	
Geo-referencia de las adhesiones políticas	33
<hr/>	
3.1 La revalorización del contexto local.	34
3.2 Red de redes	37
3.3 “A seis kilómetros de distancia no te vota nadie...”: dos ejemplos.	38
3.3.1 Una lista de sustento local: 8703	39
3.3.2 La exitosa estrategia electoral de Democracia Avanzada	41
CAPÍTULO CUATRO	
Referentes locales y mediación política	46
<hr/>	
4.1. Como identificar a un referente local	46
4.1.1 Su vinculación con la comunidad	46
4.1.2 Las ventajas del capital social.	48
4.2 La <i>performance</i> del mediador: el intercambio como un acto de solidaridad.	50
4.2.1 Personalización de logros no personales: ubicación del mediador en la red.	51
4.2.2 Manipulación de la identidad: “yo soy como vos pero no lo soy”.	52
4.2.3 Sacrificio sin rédito: la solidaridad solidaria.	53
CONSIDERACIONES FINALES	55
BIBIOGRAFÍA	58
ANEXO	61
A. Listado de actividades de campo	
B. Fichas de observación	
C. Cuadro de observaciones de actividades informales	
D. Cuadro de observaciones de actividades formales	
E. Fichas de Entrevista	
F. Datos secundarios	
G. Folletería	
H. Observaciones (en apartado)	
I. Entrevistas (en apartado)	

## INTRODUCCIÓN

---

En las últimas décadas del siglo XX, los estados latinoamericanos han resignificado su función y particularmente han reconfigurado su relación sociedad civil. Embebidas por la lógica liberal las derechas latinoamericanas han emprendido los dictámenes del consenso de Washington y procedieron en consecuencia con la reducción del rol estatal. Bajo el supuesto que la ineficiencia de las instituciones públicas era insalvable le otorgaron al mercado un rol cada vez más amplio, de esta manera el estado terceriza sus funciones y responsabilidades, dejando cada vez mas una mayor cantidad de aspectos de la vida cotidiana librados a la lógica mercantil. En este marco los partidos de izquierda van ganado espacio en los gobiernos latinoamericanos proclamando la necesidad de reconfigurar las relaciones entre Estado y Sociedad Civil

En Uruguay el triunfo de la izquierda en las últimas elecciones nacionales de octubre del 2004 y en ocho de los diecinueve departamentos del país en las elecciones municipales de mayo del 2005 hace impostergable el análisis de los mecanismos de relacionamiento entre las partes. En este contexto cabe preguntarse ¿cómo se configuró el relacionamiento entre Sociedad Civil y FA-EP-NM en el periodo electoral? El voto del FA-EP-NM se ha concentrado históricamente en Montevideo obteniendo magros resultados en el interior del país. Sin embargo en las últimas elecciones municipales obtuvo aparte de la intendencia de Montevideo, por cuarta vez consecutiva, las intendencias de Canelones, Maldonado, Rocha, Florida, Treinta y Tres, Salto y Paysandú. Departamentos con diferentes conformaciones socio históricas inclusive con tradiciones políticas bien disímiles, terminaron convergiendo en triunfos electorales frenteamplistas. Particularmente en Canelones el FA-EP-NM incrementó su electorado en las elecciones municipales en una cifra cercana al 30%, en localidades como Las Brujas - Cerrillos obtuvieron un incremento cercano al 100% en relación a las últimas elecciones municipales. ¿Que aspectos cambiaron en el relacionamiento de la izquierda con la sociedad civil para justificar tal éxito electoral?

A partir de la observación de la organización y el funcionamiento de redes de relaciones interpersonales tejidas en torno a una candidatura para las elecciones municipales en el Departamento de Canelones se pretende analizar una forma específica de intermediación entre Sociedad Civil, Sistema Político y Estado: la mediación política a través de “referentes locales”. Estos referentes surgen como interlocutores locales válidos que establecen formas informales y legítimas de relacionamiento de los partidos políticos con sus votantes. Una legitimidad “pragmática”, ya que logran “aceitar” mecanismos de intermediación entre políticos y simpatizantes, entre instituciones públicas y ciudadanos, entre lo nacional y lo local. A su vez canalizan demandas de la población, erigiéndose como “resolvedores” reales o potenciales de problemas, fortaleciendo los lazos de confianza entre las partes, generando adhesiones y lealtades políticas duraderas

Los antecedentes sobre la temática, tanto en Latinoamérica como en nuestro país, asocian las relaciones políticas informales con las relaciones clientelares. Si bien entendemos que se encuentran estrechamente relacionadas o que las primeras implican en cierta medida a las segundas, es necesario retomar las resignificaciones conceptuales realizadas por Auyero en Argentina (2001), Grill en Brasil (1999) y Lomnitz en México y Chile (1994). En el presente trabajo la intención no es hablar de “*clientelismo político*”, concepto que reduce las relaciones informales a un mero intercambio de favores por votos, sino de “*mediación política*”, es decir una forma de articulación entre diversos actores políticos y sociales, comunitarios y partidarios, que implica el contacto inter-personal de dichos actores y a su vez una circulación real o potencial de recursos.

El trabajo de campo se llevó a cabo en la campaña política para las elecciones municipales de mayo del 2005 de una de las fórmulas del EP-FA-NM en el departamento de Canelones. A través del seguimiento de la campaña electoral del actual intendente departamental, se exploró la influencia de las relaciones políticas informales en la construcción de la fórmula electoral y su posterior éxito en las urnas, haciendo énfasis principalmente en la incidencia de la función mediadora de los referentes locales en dichas instancias. Se realizaron observaciones participantes en las actividades de campaña y entrevistas en profundidad a diversos participantes de las mismas, fundamentalmente a los referentes de la candidatura en las diversas localidades.

El presente estudio se encuentra dividido en cuatro capítulos. En el primero pretendemos establecer las problemáticas centrales que arrastra la noción de clientelismo político mediante la definición del concepto de mediación política. En este marco incluiremos los aportes sobre la literatura de redes sociales y capital social. Por último lugar a través de la caracterización dentro nuestro sistema político recorreremos como se han conceptualizado las relaciones informales en Uruguay. En el segundo capítulo se describirá el escenario y se explicitarán los objetivos y las estrategias metodológicas adoptadas. En el tercer y cuarto capítulo se analizarán como las relaciones informales se expresan electoralmente y la presentación pública de los referentes locales respectivamente.



## CAPÍTULO UNO

### Hacia una descripción densa de las relaciones informales: Del estudio del clientelismo político al concepto de mediación política

---

“Una mirada preocupada por el carácter antidemocrático del ‘intercambio de votos por favores’ no es capaz de dar cuenta de un elemento esencial: (...) redes informales existentes (...) y representaciones culturales compartidas. Estas redes y estas representaciones son elementos centrales de la vida diaria de mucha gente”.

(Auyero 2001: 29).

Los mecanismos informales en la cooptación de votantes han sido poco desarrollados en comparación con aquellos que atienden aspectos ideológicos o comunicacionales. El auge de la tele-política o política massmediática, ha concentrado la atención de los investigadores relegando la importancia de las vinculaciones interpersonales como factores explicativos de la conformación de las adhesiones políticas. Este tipo de influencias particularistas, dentro de las cuáles se encuentra el clientelismo, no desaparecen con el desarrollo de los medios masivos de comunicación, tampoco intentamos establecer una supremacía de unos sobre otros, simplemente señalar que las explicaciones de los comportamientos electorales pueden reforzarse con la inclusión de este tipo de aspectos.

Habitualmente se ha estudiado al clientelismo bajo un “punto de vista objetivo”: se describen los roles que ocupan los diferentes actores en las relaciones y la circulación de recursos a través de las conexiones que los ligan. Los trabajos de Auyero (2001), Grill (1999), Lomnitz (1994) y Trotta (2003) aportan el “*costado subjetivo del clientelismo*” basándose en la experiencia desde “*el punto de vista del actor*” en la serie de prácticas y construcciones simbólicas que se entretajan en torno a dicha relación. Por lo tanto la explicación de estas relaciones no está solo en el intercambio de recursos 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 hacia allí donde debemos dirigir nuestra mirada; una mirada más atenta a las relaciones y las prácticas nos permitirá construir otro “punto de vista” más atento a los idiomas culturales, las identidades individuales y colectivas que se ponen en juego en estos intercambios” (Auyero, 2001:391).

Cada sociedad deposita distinto valor en los diversos recursos que se intercambian, condicionando tanto la naturaleza de los recursos transados como los términos en los que se realiza dicha transacción. El concepto de mediación política permite analizar el acto de intercambio no solo teniendo en cuenta lo qué se intercambia y cómo se lo intercambia, sino los significados que se encuentran en juego en dicha interacción. Más allá de los recursos transables intervienen en la explicación de estos intercambios, los lazos, los vínculos asiduos, las relaciones continuas, las memorias y los proyectos comunes entre los participantes (Auyero 2001). La reciprocidad que adquiere dicha transacción hace que el intercambio no se vivencie como tal, sino que se viva como un “acto desinteresado” (Bourdieu, 1997).

Las “redes” que se entretajan en torno a las candidaturas políticas involucran diversos aspectos políticos, ideológicos, culturales, sociales, tornándose formas de “*vinculación social y reconocimiento*”. Esto permite que dichas redes conecten a los Partidos Políticos y sus figuras con la Sociedad Civil: “La relación de los individuos con las instituciones públicas, la gestión de sus intereses, como el logro de su

obediencia, requieren la operación de una maquinaria de intermediación. Una maquinaria ajena al Estado, pero vinculada a él; irreductible a la lógica de los intereses sociales, pero capaz de darles una traducción política” (Escalante, 1995: 34). Las “micro-redes” en las que se encuentran anclados los individuos son imprescindibles para entender cómo actúan políticamente, votan, apoyan o quitan su apoyo, participan o dejan de participar. Dentro de estas, los mediadores –referentes locales-, son cruciales para la traducción política de las demandas sociales en la vida cotidiana de la comunidad y para la construcción de identidades colectivas.

## 1.1 Definiciones y características de la relación clientelar

La literatura sobre clientelismo político se ha adscrito de forma generalizada a la presentación del tema a través del corte dicotómico entre lo tradicional y lo moderno, o mediante su correlato latinoamericano: barbarie y civilización. Bajo estos preceptos se posiciona al clientelismo como el mecanismo de participación política en sociedades tradicionales, en oposición a los mecanismos de participación moderna englobados en el concepto de ciudadanía. De acuerdo a esta óptica, el clientelismo se encuentra destinado a desaparecer en la medida de que las sociedades transiten el camino unívoco de la modernización<sup>1</sup>. No obstante dicha literatura se transforma en un marco de referencia ineludible para el análisis de las relaciones informales entre políticos y simpatizantes.

El clientelismo político ha sido definido comúnmente como una relación instrumental, cimentada en el intercambio entre dos individuos –patrón y cliente- que poseen recursos desiguales. Es una relación caracterizada por la literatura como: particularista, personalizada, asimétrica, sustentada en el intercambio informal y recíproco<sup>2</sup>.

El carácter particularista supone un trato selectivo y diferencial entre las partes, donde los criterios objetivos quedan relegados frente a la instrumentalidad de la interacción. Se trata de una relación personalizada, es decir una relación diádica que se caracteriza por ser “cara a cara” y que involucra originariamente solo a patrones y clientes. Estos roles diferenciados por la posesión desigual de recursos dotan a la relación de un contenido asimétrico. La distancia socioeconómica que separa a los involucrados en la relación clientelar y el acceso desigual de los recursos que esto conlleva, deriva en una relativa dependencia entre ambos sustentada en los bienes intercambiados y en las expectativas recíprocas que depositan en él sus protagonistas. Esta característica nos permite visualizar una ambigüedad de las relaciones clientelares: por un lado estas reposan en una relación de fuerza que une la percepción que cada uno tiene de su interés y el control que cada uno ejerce sobre los recursos utilizados por el otro. Es decir se presenta como un aspecto central la existencia, tanto en el patrón como en el cliente, de un interés respecto a los comportamientos del otro que no se obtienen sin no es cointeresando a la contraparte mediante incentivos particulares (Graziano 1997: 23). Por otro lado, la relación no se reduce solamente a una relación de negociación instrumental, se encuentra enmarcada en un deber ser, en una máxima moral por la cual “debes dar beneficios a quienes te dan beneficios”.

---

<sup>1</sup> El análisis del clientelismo bajo la óptica dicotómica referida conlleva una lectura ahistórica, dado que no considera los diferentes contextos y particularidades sociales, políticas, económicas, culturales, etc. en los que se desarrollan estos procesos.

<sup>2</sup> Definiciones similares se encuentran en: Boissevain 1966; Cazorla 1992; Escobar 2002; Falletti et al 1997; González Alcantud 1997; Graziano 1997; Landé 1977; Leal Buitrago 1997; Médard 1976; En Uruguay: Filgueira et al 2003; González 1993; Luna 2004; Mieres 1992; Miza 1998; Rama 1971;



(Médard, 1976; Gunes Ayata, 1997: 49). De esta forma la reciprocidad del vínculo se establece tanto en la instrumentalidad de la relación como mediante la expectativa mutua del cumplimiento de un deber ser adquirido, una obligación moral recíproca sustentada en la transacción.

### 1.1.1 Del clientelismo tradicional al clientelismo moderno

La procedencia del término “clientelismo” es situada inicialmente en estudios referentes a sociedades “pre-estatales” o etapas del proceso de conformación de las sociedades “modernas” (González Alcantud, 1997)<sup>3</sup>. Se trataba con ésta categoría describir una forma extendida de funcionamiento -a priori- propia de estas sociedades y de sus respectivos procesos históricos. Bajo este concepto han sido analizadas distintas conformaciones sociales como el caciquismo mexicano, el coronelismo en Brasil, las máquinas políticas estadounidenses, los caudillos políticos en Uruguay y en Argentina. Estos estudios se focalizaron en el análisis de la conjugación de los poderes existentes y de su integración en el incipiente rol estatal, específicamente en la supresión de los poderes privados frente al avance del espacio público. Este proceso es denominado como “feudalización de la política” (Falleti 1997) debido a que las estructuras patrimoniales privadas se reproducen en el Estado oligárquico, introyectando la asimetría de las relaciones clientelares en el espacio público en conformación<sup>4</sup>. De esta forma caciques, coroneles y caudillos, seguidos por sus clientelas, se disputan los cargos públicos ya que estos representan el acceso a recursos y el sostén del statu quo.

En Uruguay la sociedad logró adecuar y generalizar un tipo de relaciones provenientes del pasado, integrándolas como vertebración de su sistema político. De esta forma los caudillos y simpatizantes, se integran a organizaciones políticas conformando sus propias fracciones dentro de la misma, intermediando entre sus seguidores y los crecientes recursos estatales manejados por los partidos políticos. La noción de intermediación se presenta como un aspecto central del clientelismo moderno. Los mediadores o brokers, como se deduce de su nombre, intermedian y conectan a diferentes partes, en este caso puntual, las fracciones intermedian entre Estado y Sociedad Civil a través de los partidos políticos. Conjuntamente los brokers dentro de las fracciones conectan e intermedian entre los líderes políticos y sus simpatizantes. Esto hace plausible la expansión de las clientelas más allá de los vínculos primarios -familiares, vecinos, amigos y entorno físico y simbólicamente cercano- ya que la multiplicidad de brokers posibilita la multiplicación de las conexiones e intermediaciones, tanto entre caudillos políticos y simpatizantes, como los recursos que estos manejan por estar insertos en organizaciones de mas amplio espectro como los partidos políticos.

Los partidos políticos uruguayos reciben el calificativo de “catch all”, este atrápalo todo se refiere a una multiplicidad de estrategias electorales donde resalta el entrelazamiento de factores ideológicos universalistas y retributivo particularistas en la captación del voto. Los partidos políticos uruguayos, más allá de sus identificaciones mayoritarias, no responden a enclaves sociales particulares, sino que buscan captar en todos los estratos sociales porciones de su electorado. De esta forma desarrollan en su interna una multiplicidad de fracciones, incluso de ideologías contradictorias, que conviven dentro de los partidos mediante pactos informales (Bobbio 1991)

---

<sup>3</sup> Por una representación cinematográfica del fenómeno ver “Pandillas de Nueva York” de Martín Scorcese

<sup>4</sup> En Uruguay, y en consonancia con el relato barbarie – civilización, este proceso es denominado por Barran y Nahum como “modernización”, donde la sublección mas emblemática frente a la consolidación estatal fue la impulsada por Aparicio Saravia

Este es el clientelismo moderno alimentado por el Estado y sustentado en el antiguo y difundido valor social de las lealtades, caracterizado, principalmente, por la apropiación privada de recursos oficiales con fines políticos. Esta característica central se ejerce por medio de una vasta red de relaciones sociales de tipo clientelar, mediante la construcción de adhesiones y la articulación de fracciones (Leal Buitrago, 1997:109). En este marco los Partidos Políticos adquieren un rol central en este análisis debido a que son las organizaciones profesionales que se disputan el control estatal y sus recursos, transformándose, y particularmente en Uruguay, en las organizaciones específicas de intermediación entre la Sociedad Civil y el Estado. Este fenómeno es el que subyace en la literatura donde “clientelismo moderno” es utilizado como sinónimo de “clientelismo de partidos” (Cazorla 1992; Corrochano 2002; Bobbio 1991).

De esta forma el clientelismo moderno se trataría de un intercambio más impersonal y pragmático de favores por votos haciendo plausible la expansión del fenómeno más allá de las relaciones diádicas originales dando lugar a un “clientelismo de masas” (Graziano 1997) operacionalizado a través de organizaciones profesionales distribuidas a nivel nacional como lo son los Partidos Políticos. Lo paradójico, según la literatura sobre clientelismo, de esta nueva situación clientelar es que el vínculo personalizado y particularista se esconde tras el ideal de una relativa igualdad entre los ciudadanos, pero en la medida que se institucionalicen plenamente los estados, particularmente los latinoamericanos, primará la lógica universalista de la participación ciudadana frente a la particularista del clientelismo. De esta forma los estudios sobre clientelismo político en la actualidad ocupan roles secundarios, o se refieren periódicamente a situaciones aisladas y concretas ocasionadas por personas y/o organizaciones puntuales.

## 1.2 Hacia la mediación política: dos matices puntuales y tres críticas globales al clientelismo político

“La cultura no es una entidad, algo a lo que puedan atribuirse de manera causal acontecimientos sociales, modos de conducta, instituciones o procesos sociales; la cultura es un contexto dentro del cual pueden describirse esos fenómenos de manera inteligible, es decir, densa”

Clifford Geertz (1992:27)

El “clientelismo político” ha sido utilizado, tanto en la literatura nacional como internacional, para describir una serie de fenómenos del mas amplio espectro. Tanto es así que en la actualidad diversos autores formulan resignificaciones al concepto de “clientelismo político” para otorgarle la especificidad que requiere una categoría analítica. Tanto Bobbio (1991) como O’Donnell (1996) proponen términos sustitutos al de clientelismo –“voto de intercambio”<sup>5</sup> y “particularismo” respectivamente-. Pese a esto, ambos continúan reduciendo un fenómeno complejo al intercambio instrumental en el período electoral. A diferencia de estos, Auyero (2001) propone el concepto de “mediación política” como un sustituto de “clientelismo” debido a que permite integrar al análisis diversas dimensiones de las relaciones políticas informales no contenidas en el acepción tradicional de

---

<sup>5</sup> “... existen buenas razones para creer que esté disminuyendo el voto de opinión y esté aumentando el voto de intercambio, (...) el voto dirigido hacia los *output*, (...) basado frecuentemente en la ilusión del *do ut des* (apoyo político a cambio de favores personales)” (Bobbio 1991:25)

clientelismo, observando el fenómeno más que como una situación puntual entre partes como un mecanismo de articulación entre Estado, Partidos Políticos y Sociedad Civil

En este punto, mediante el establecimiento de dos diferencias puntuales introductorias a las tres críticas globales al clientelismo político, intentaremos desarrollar el concepto de “mediación política” esbozado por Auyero (2001). Entendemos a la mediación política como: una forma de articulación entre diferentes actores sociales, políticos y comunitarios donde priman las lealtades primarias basadas en contactos “cara a cara”. En estas interacciones se desarrollan relaciones tanto verticales como horizontales donde la circulación real o potencial de recursos juega un rol central en la reciprocidad del vínculo. Sin embargo el intercambio debe ser entendido necesariamente dentro del contexto en el cual se construyen los significados compartidos, ya que son estos los que dotan de significado la interacción. En suma, un análisis desde la mediación política requiere alejarse de la certeza construida sobre nuestra cultura política para tener una mirada más atenta a los idiomas culturales, a los entramados de significados que se desarrollan en las micro redes locales.

### 1.2.1 Dos matices puntuales

En este punto estableceremos dos matices puntuales con la literatura sobre clientelismo político como forma de introducirnos a las críticas globales del concepto. En primer lugar si definimos “ciudadanía” y “clientelismo” como analíticamente opuestos, incluso contradictorios, está claro que se presentan como formas de participación inconciliables: en un caso se obedece a la ley y en otro a la influencia personal, en un caso se actúa en pro del interés público y en el otro en base a intereses particulares, por que la identidad política se define en un espacio igualitario, mientras que en el otro se establece en un orden jerárquico. Pese a esto nada los hace incompatibles en la práctica, a menos que supongamos que la política se desarrolla en un campo homogéneo y que solo una lógica, y de forma única, gobierna todas las acciones. Si ambas categorías se oponen no es por un imperativo lógico sino por las necesidades de un modelo cultural singular. (Escalante, 1995: 32). En los marcos democráticos dentro de los que se inscriben los gobiernos latinoamericanos, las instituciones formales -como las elecciones- conviven en constante tensión -y articulación - con instituciones informales -como el clientelismo-, lejos de ser estas últimas mecanismos tradicionales tendientes a desaparecer, se erigen a principios del nuevo siglo como una forma factible, viable y legítima de “hacer política”.

En segundo lugar, el clientelismo se encuentra definido en oposición a una cultura política universalista. Sin embargo no tiene por que entrar en contradicción con esta, ya que si nos remitimos al plano subjetivo y consideramos los marcos “nativos” de interpretación de los símbolos culturales, estos pueden dotar a la relación de una ideología que los presente como una “*entrega de regalos, con una lógica y terminología familística*” (Gunes-Ayata 1997: 50). Lo que puede ser visto “desde fuera” como una transacción particularista, “*desde adentro*” puede vivenciarse de múltiples formas: quienes a menudo reciben recursos vitales no perciben el lazo con el mediador como una relación de poder. Para ellos, el clientelismo es una práctica habitual, quedando vedada la postura del espectador distante y objetivista sobre estas relaciones de poder. (Auyero 2001: 169). Los vínculos particulares no se los percibe, no se los vivencia como tal, forman parte de una cotidianidad naturalizada y no de una anomalía cómplice sostenida por la instrumentalidad.



## 1.2.2 Tres críticas globales al concepto de clientelismo político

### 1. No respondo solo reacciono: utilitarismo

Pretendemos establecer una diferencia con la clásica literatura sobre clientelismo, basada de forma explícita o implícita en la “*opción racional*”, que considera a las relaciones clientelares sustentadas en el cálculo racional de los participantes, donde el patrón utiliza maquiavélicamente sus opciones para mejorar su posición en la esfera política, los *brokers* usufructúan concientemente su posición de mediador para obtener toda clase de réditos y los clientes evalúan concienzudamente las posibilidades de sus mediadores en relación a los patrones para tomar la decisión adecuada sobre aquel que le podrá facilitar mayor cantidad de recursos. De esta forma las nociones sobre clientelismo político consideran a las acciones de los individuos como actos reflejos de sus intereses personales, como una especie de perros pavlovianos que reaccionan frente a estímulos materiales en vez de responder a los mismos. Las reacciones como actos reflejos no conllevan una articulación del pensamiento como lo requieren las respuestas. El análisis de las respuestas requiere el análisis de los marcos donde se desarrollan las mismas, ya que el pensamiento articulado tiene al lenguaje como eje el cual adquiere un significado particular en los contextos nativos donde se desarrolla. El estudio de las relaciones informales requiere dirigir la mirada hacia este marco ya que son estos los que dotan de sentido las interacciones, explicando y clarificando las mismas.

Las clásicas definiciones sobre clientelismo político se encuentran permeadas por las concepciones “*utilitaristas*” que realizan un inevitable reduccionismo principalmente en dos sentidos: en primer lugar supone que los agentes se mueven solamente a través de razones concientes con el objetivo de conseguir el máximo beneficio con el menor coste. En segundo lugar, toda motivación pasa por un interés económico y su finalidad se encuentra en el beneficio material obtenido mediante el cálculo racional. (Bourdieu: 1997). Auyero sostiene que las visiones sobre clientelismo político poseen dos problemas centrales, a saber: el énfasis estratégico implica reducir la dinámica del clientelismo a las acciones de individuos racionales y pragmáticos, de esta forma se pierden de vista los significados compartidos - aunque no cooperativamente contruidos – que emergen y sostienen a estas acciones. Así las lealtades, identidades grupales e identificaciones, esto es, la dimensión simbólica o cultural del clientelismo, queda reducida (prácticamente excluida) frente a la instrumentalidad de la relación (1996: 45). En segundo lugar la noción de utilidad posiciona al clientelismo como propiedades emergentes de elecciones pragmáticas y concientes de clientes, mediadores y patrones, siendo el principio de estas decisiones y elecciones la maximización de utilidades (1996: 45).

### 2. El intercambio.

Para que dos objetos sean intercambiados deben perder sus atributos particulares, abstrayéndolos de su condición para ser igualados y de esta forma ser intercambiados. La cuantificación monetaria dinamiza esta tarea cotidiana dado que establece un estándar abstracto de referencia, un parámetro exterior cuantificado por el mercado. Sin embargo esto no quiere decir que los sujetos pierdan su condición de tales por estar embebidos en la lógica del mercado. Los intercambios también son experiencias vividas, hasta en el intercambio puramente económico “el estatus legal de ambos participantes los protege en forma recíproca de una postura puramente reificante<sup>6</sup>, pues por mas que se observe al otro solo bajo el

---

<sup>6</sup> Definida por Luckács como: “... una clase de hábito de pensamiento, de perspectiva habitual petrificada, en virtud de cuya adopción los hombres pierden su capacidad de implicarse con interés en las personas y en los sucesos; y en consonancia con esta pérdida -creía él- los sujetos se transforman en observadores puramente

punto de vista de la optimización del provecho individual, su inclusión legal en contrato de intercambio le garantiza una consideración de sus cualidades personales que, si bien mínima, es coercible” (Honneth 2007: 138). Aceptar este aspecto conlleva la necesidad de analizar los marcos nativos que dotan de significado los intercambios y los valores asignados a los bienes intercambiados.

La distinción que pretendemos establecer con la literatura sobre clientelismo político es que si bien compartimos la obligación moral que conlleva la reciprocidad, consideramos que esta puede plantearse de tal forma que los sujetos nieguen el intercambio como tal. En otras palabras, lo que puedo observar externamente como un intercambio instrumental, corriendo el peligro de adoptar una postura reificante sobre otras personas ya que se pone en juego el reconocimiento previo de estas (Honneth 2007: 137), subjetivamente puede ser vivido como un acto de solidaridad mutua.

En las relaciones informales entre los líderes políticos y simpatizantes, lo que se da, se otorga generalmente como un “obsequio”, como un acto único e independiente. Sin embargo estas prácticas, analizadas desde una “economía de los bienes simbólicos” (Bourdieu 1997), poseen realidades dobles, una especie de contradicción entre verdad subjetiva y realidad objetiva. En las relaciones informales se observa algo similar: una verdad subjetiva que refiere a las significaciones y afectividad que confiere el vínculo y una realidad objetiva marcada por el intercambio de recursos que se da de hecho. “Esta dualidad es posible, y se puede vivir, a través de una especie de self-deception, de autoengaño” (Bourdieu, 1997: 163).

¿Cómo es posible “*hacer lo que se hace, haciendo como que no se hace*”? Bourdieu sostiene que existen dos propiedades que hacen plausible esta *self-deception*. En primer lugar el intervalo de tiempo que hay entre el obsequio y el contraobsequio o entre la prestación y la contraprestación. La función del intervalo de tiempo hace de pantalla entre el obsequio y el contraobsequio, permitiendo que los dos actos que se corresponden parezcan actos únicos, que no están vinculados. “A través del intervalo de tiempo interpuesto los dos intercambiadores obran, sin saberlo y sin concertarse, para disfrazar o reprimir la verdad objetiva de lo que hacen”. (Bourdieu, 1997: 163). La segunda propiedad de los intercambios simbólicos es *el tabú de la explicitación*.

En este sentido Panizza sostiene que: “El elemento de intercambio, siempre presente en la práctica clientelística, no es nunca, sin embargo, una operación puramente comercial ni puede ser entendida fuera de su contexto político. Aún cuando el caudillo normalmente deriva algún tipo de beneficio personal de su actividad, la misma es siempre una práctica política. Como tal comprende un conjunto de ideas y creencias que forma parte de dicha práctica”. (1990: 74). El conjunto de creencias, presuposiciones, repertorios y hábitos que acompañan a los intercambios –“*explicándolos, clarificándolos, justificándolos y legitimándolos*”- poseen la misma relevancia que los propios intercambios (Auyero 1996: 48). No es solamente el intercambio en si mismo lo trascendental, “*sino los lazos, vínculos asiduos, relaciones continuas*”(Auyero 2001: 30), que enmarcan y contextualizan el intercambio, dotándolo de significado para los participantes a tal grado que es posible que se lo niegue como tal.

---

pasivos a quienes no sólo su entorno social y físico, sino también su vida interior, les debe aparecer como un conjunto de entidades cósmicas” (Honneth 2007: 85)



### 3. ¿Podemos confundir a la Reina de Inglaterra con la Reina de la Vendimia de San Ramón?

La instrumentalidad de la relación clientelar hace que mediadores y simpatizantes busquen racional y concienzudamente los patrones que les otorguen mayor cantidad de beneficios. Frente a esto cabe preguntarse ¿Es lo mismo que los recursos se obtengan de cualquier individuo? ¿Es lo mismo pedir esos recursos a cualquier individuo o ventanilla de la burocracia? ¿Es el mismo valor el que se le otorga al recurso sin importar de donde viene? ¿Es lo mismo la condecoración de la Reina de Inglaterra que la de la Reina de la Vendimia de San Ramón?

En contraste con los trabajadores sociales, que pertenecen a estratos socioeconómicos distintos y un ambiente educativo diferente, los mediadores son “exactamente uno de nosotros” que no hay que explicarle por que ya comprende lo que ocurre. “La condesciende y generosa dama difícilmente puede competir con el amigo comprensivo (...) es notorio que el político de la maquina está mejor unificado con los grupos a quienes sirve que el trabajador social impersonal, profesionalizado, socialmente lejano y legalmente limitado” (Merton 1964:84). Este aspecto es clave para observar las relaciones informales entre partidos políticos y sociedad civil, ya que la forma de obtención de recursos juega un rol trascendental en la generación de expectativas y reciprocidades personales. El coste de recurrir a un mediador es significativamente inferior y significativamente más productivo que transitar los caminos formales. Sin embargo, tal vez, por ambos caminos se puedan obtener los recursos buscados, ahora bien, suponer que es lo mismo obtener recursos de una ventanilla burocrática que de Pedro o Yolanda es, en cierta medida, no considerar la función social de los objetos. Corremos serios riesgos de confundir a la Reina de Inglaterra con la Reina de la vendimia de San Ramón si consideramos que el valor de los objetos viene dado estrictamente por su valor de uso. En palabras de Baudrillard, “no solo el status primario del objeto no es un status pragmático que vendría por consiguiente a sobredeterminar un valor social del signo, sino que lo fundamental es el valor de intercambio ‘simbólico’” (1971: 37). El valor de símbolo del objeto se encuentra vinculado a *rituales* sociales o actos particulares en la obtención y usos del mismo. No es lo mismo tener un anillo, mas allá de los quilates incrustaciones, etc. (valor de signo), que tener un anillo que me regalaron mis padres el día de mi cumpleaños de 15. Como no es lo mismo tener una cadena que me regalo mi abuela que tener una cadena que me regalo mi abuela en su lecho de muerte. Como no es lo mismo ver a un candidato a intendente por la televisión diciendo que va a arreglar las calles que verlo en el fondo de mi casa, cara a cara, diciendo que va a arreglar las calles. Como no es lo mismo ver en la televisión a un locutor presentando a un posible futuro intendente que un vecino me golpee la puerta de mi casa para saludar al futuro indente. Como no es lo mismo votar a un desconocido que votar a una persona que la conozco de toda la vida conjuntamente con su familia. Como no es lo mismo que una ventanilla burocratizada me otorgue medicamentos, comida, abrigo, tramites en Montevideo, trabajo, planes de emergencia, excepciones impositivas, contratos de obra, etc. que me los de Lorenzo, Pedro o Yolanda.

De esta forma si bien es importante los recursos intercambiados mas importante aún para la comprensión cabal del fenómeno son los ritos y significaciones que se le otorgan a los mismos.

#### 1.2.3 Hacia una descripción densa de las relaciones informales.

A lo largo del punto anterior hemos ido definiendo el concepto de mediación política a través de los matices y criticas a la literatura sobre clientelismo político. Concordamos con Grignon y Passeron en que “...la descripción del Otro a partir de las categorías de lo Idéntico constituirá el colmo del

etnocentrismo” (1992: 21). De esta forma el análisis de las relaciones informales debe estar particularmente atento a las estructuras de significado que se generan en los marcos nativos a estudiar. Siguiendo a Geertz consideramos que el análisis de las relaciones informales debe consistir en desentrañar las estructuras de significación y en determinar su campo social y su alcance (1992: 24). Esto parte de la premisa weberiana que “el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido” por lo que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por tanto una ciencia interpretativa en busca de significaciones (1992: 20).

Las concepciones utilitaristas restringen el fenómeno del relacionamiento informal al mero intercambios de favores por votos, es decir desconocen las dinámicas y significaciones propias dentro de la cual se desarrollan las relaciones. De esta manera sostienen que el intercambio de recursos mantiene el vínculo por la necesidad de ambos de obtener los recursos que el otro posee, otorgándole el valor de los recursos transados de forma objetiva sin considerar las funciones sociales y ritos que se construyen entorno a las formas de obtención de los objetos.

A la hora de analizar las relaciones políticas informales entre la izquierda de Uruguay y Sociedad Civil, proponemos sustituir el concepto “clientelismo político” – término al que además, parece imposible sacarle la carga peyorativa– por el de “mediación política”. Es decir, una forma de articulación entre diversos actores políticos y sociales, comunitarios y partidarios, que implica el contacto inter-personal de dichos actores, entablando entre si relaciones de carácter horizontal y vertical. La circulación real o potencial de recursos juega un rol central en la reciprocidad del vínculo, mas aun si estos no son decodificados como una transacción sino como actos aislados de solidaridad mutua. Las relaciones informales políticas necesariamente deben ser entendidas dentro del contexto en cual se construyen los significados compartidos, ya que son estos los que dotan de significado la interacción. De esta forma podemos diferenciar los guiños como actos reflejos de los guiños como expresión de conspiración (Geertz 1992). Se presenta como un aspecto central en la mediación política el análisis de los entramos de significados construidos para poder observar los ritos y reciprocidades de las formas de obtención de los recursos puestos en circulación.

Particularmente en Uruguay el imaginario que poseemos sobre nosotros mismos dificulta el análisis de estos fenómenos. No se trata de personificar y unificar las deficiencias formales de nuestro sistema político<sup>7</sup>, sino de analizar un mecanismo informal de relacionamiento entre Estado, Sistema Político y Sociedad Civil, una forma de hacer política que en el siglo XXI se presenta como viable, legítimo y vigente.

---

<sup>7</sup> Usualmente la sociedad uruguaya construye un Bin Laden para personificar y unificar todos sus males, denominados comúnmente región o específicamente Argentina o pasta base, de esta forma el imaginario se refugio de las problemáticas estructurales que enfrenta el país. De esta forma la sociedad hiperintegrada, de cercanías, de masivas auto percibidas clases medias pujantes, de maracanazos, del país culto, educado, amable, solidario, los “diferentes” en la región: “como el Uruguay no hay” se mantiene frente a los crecientes procesos de empobrecimiento, exclusión social, marginación de los bienes de consumo satisfactores en relación al lugar del demandante, desfasaje entre expectativas y posibilidades

### 1.3 Aportes de la literatura de redes sociales para el análisis de las relaciones informales

---

“Entre los recursos a los que los individuos pueden acudir para implementar sus estrategias de movilidad social están esos que potencialmente pueden proveer sus amantes, parientes y amigos, y por los contactos que puedan desarrollar dentro de las asociaciones formales a las que ellos pertenecen – en suma, los recursos a los que los individuos tienen acceso en virtud de estar socialmente integrados en grupos solidarios, redes u organizaciones, lo que Bourdieu llama ‘capital social’”.

Wacquant (en Auyero 2001: 105)

El concepto de “*redes sociales*”, a priori, nos brinda una imagen gráfica y representativa de lo que pretendemos establecer, es decir una serie de contactos horizontales y verticales, los cuales no necesariamente se encuentran vinculados de forma directa sino que pueden encontrarse relacionados a través de otros participantes de la misma. De esta forma, siguiendo a Wellman, lo central en el análisis de estas redes son las relaciones entre las unidades que la componen (2000: 12), quedando la relevancia de las características particulares de cada integrante supeditas a su relación con el vínculo.

Bezerra define a las redes personales como: “Conjunto limitado de contactos directos e indirectos de una persona que se caracteriza por estar fundado en relaciones de carácter personal. De este modo, las redes incluyen a aquellas personas que están vinculadas por relaciones de parentesco, amistad, patronazgo, alianzas políticas y conocimiento” (1994: 4). Cada persona se encuentra vinculada a otras por diferentes categorías de relaciones personales, directas o indirectas, que pueden ser movilizadas por diversos fines para atender objetivos de los diferentes participantes de esta configuración social. Por estas redes circulan bienes, servicios, favores personales, información, es decir que las redes son mecanismos tanto de obtención como de redistribución de diversos recursos que no responden a criterios formales.

Según Knoke, las unidades en todo sistema político no son los individuos sino las posiciones o roles que ocupan los diversos actores sociales y las relaciones o conexiones entre estas posiciones. Las categorías teóricas de patrones, brokers y clientes en la literatura sobre clientelismo definen tres roles en las redes políticas que implican una forma particular de relacionamiento entre ellos. Sin embargo estos roles no son estáticos, es decir, los brokers pueden ser patrones en una círculo y clientes en otro, como los patrones pueden ser brokers y clientes, etc. Este dinamismo es clave para comprender las lógicas de las redes políticas ya que tienen connotaciones directas tanto en la continuidad y reciprocidad del vínculo como en conformación de las futuras elites políticas<sup>8</sup>.

Los brokers desempeñan su rol conjuntamente con un “*círculo íntimo*” con los cuales se encuentra unido por “*lazos fuertes*”<sup>9</sup>. Los brokers trazan con su “*círculo íntimo*” interacciones que son regulares, es decir los unen lazos que son densos e intensos, conformando lo que Granovetter denomina como “*red afectiva*” entendida como: una combinación de tiempo, de intensidad emocional, de intimidad,

---

<sup>8</sup> ¿Las redes de apoyo local tienen capacidad de proyectar liderazgos a nivel nacional? ¿Existe una relación entre estas redes de apoyo local y algunos de los perfectamente desconocidos políticos nacionales?

<sup>9</sup> Granovetter define la “fuerza” de un vínculo como: “... una combinación del tiempo, la intensidad emocional, intimidad (confianza mutua) y los servicios recíprocos que caracterizan a dicho vínculo” (2000: 42)



que redundan en la construcción de una confianza mutua y los servicios recíprocos que caracterizan a esta clase de vínculo (2000: 42).

En el caso concreto de nuestra investigación los círculos íntimos son parte de la “*fachada*”<sup>10</sup> de patrones y brokers ya que, en palabras de Simmel, “cuando un círculo pequeño somete las personas a su unidad (...) especialmente en grupos políticos, tiende a adoptar una actitud mas decidida frente a las personas, frente a los problemas reales y frente a otros círculos” (1939: 58). Estos círculos íntimos funcionan como mecanismos de identificación/diferenciación que posibilitan a los clientes *reconocer* la situación debido a que son parte del “*medio*”<sup>11</sup> donde se desarrolla la actuación. En sentido, utilizando el concepto de Schutz de “sub-universos de significado”, Auyero describe como las redes generan “*mundos de sentido común*” particulares, es decir la pertenencia a las mismas implica el manejo de códigos compartidos, un aprendizaje de ciertas normas y dinámicas de funcionamiento, en suma, las redes se transforman en un ámbito de socialización. Esto tiene un rol trascendental en el funcionamiento de las redes, dado que significa que los participantes ingresan a un subsistema con dinámicas y formas de concentración de capitales propias, formas de concentración que deben ser aprendidas como tales, ya que de lo contrario podrían perfectamente no ser reconocidas. En este sentido Bourdieu sostiene que para que se reconozcan formas de concentración de capital en el tiempo se presenta como condición la concentración de un capital simbólico definido como: “...cualquier propiedad (cualquier tipo de capital, físico, económico, cultural, social) cuando es percibida por agentes sociales cuyas categorías de percepción son de tal naturaleza que les permiten conocerla (distinguirla) y reconocerla, conferirle algún valor” (2001: 108). Las redes sociales desarrollan mecanismos por las cuales los sujetos pueden “*reconocerse*” dentro de la misma, es decir, si un individuo adopta una postura determinada los otros integrantes de la red deben poder entender esto como un requerimiento a reaccionar de una forma determinada, se naturalizan los enunciados viabilizando la comprensión de las proposiciones de otros sujetos (Honneth 2007)

Al mismo tiempo los brokers poseen un “*círculo exterior*”, el cual lo integran los potenciales beneficiarios de sus capacidades retributivas, estos se encuentran vinculados con el mediador por “*lazos débiles*”, es decir aquellos que son mas ocasionales e intermitentemente activados. Generalmente este vínculo se actualiza cuando algunas de las contrapartes necesitan usufructuar de la relación. Granovetter señala que la fortaleza de los “*lazos débiles*” radica en que son los permiten unir a miembros de diferentes grupos y posibilitan desanclar en tiempo y espacio las relaciones “cara a cara”, haciendo plausible la conformación de una “*red extensa*” (2000: 47).

En estas redes extensas conviven una multiplicidad de actores localmente centrales, con sus respectivos círculos íntimos y clientelas, que son interconectados entre si por actores globalmente centrales. La fortaleza política de esta configuración social radica en la conjunción de estos elementos locales y globales, ya que los últimos para funcionar solo los podrían guiar conceptos más generales cuyas normas y desarrollos son generalmente extraños o enemigos de los individuos tangibles. Por consiguiente, el grupo grande paga el precio de una gran distancia entre sus normativas y el individuo, con sus ideas y necesidades; mientras que, en la vida social de un círculo pequeño/íntimo, obran los

---

<sup>10</sup> “... parte de la actuación del individuo que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación. La fachada, entonces, es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación.” (Goffman 1994:33)

<sup>11</sup> “...proporciona el escenario y utilizaría para el flujo de acción humana (...) Solo en circunstancias excepcionales el medio se traslada con los actuantes (...) estas excepciones parecen ofrecer algún tipo de protección adicional para actuantes que son. O se han vuelto en ese momento, altamente sagrados.” (Goffman 1994:34)

individuos inmediatamente, y son inmediatamente tenidos en cuenta (Simmel 1939: 62). Este potencial al mismo tiempo puede representar potencialmente un problema de campaña, y de gobierno, ya que las redes extensas compuestas por círculos pequeños deben encontrar un equilibrio entre: las situaciones mejores conocidas y tratadas desde cerca por los círculos íntimos y la distancia y frialdad de las normas abstractas que deben guiar al colectivo en su conjunto<sup>12</sup>.

### 1.3.1 “No es lo que tu sabes sino a quién conoces”<sup>13</sup>

La conexión a estas múltiples redes compuestas de círculos íntimos y extensos le otorgan a los brokers un recurso, un volumen de relaciones, que los clientes poseen en menor medida. De esta forma los brokers se diferencian de los clientes en el acceso a los recursos que le ofrece la multiplicidad de vínculos que poseen. Esto les permite estar conectados tanto a nivel local como en esferas de más amplio espectro, al mismo tiempo que intermediar entre estas partes distribuyendo recursos así como canalizar demandas. Este diferencial les otorga un poder a los brokers producto de ser un nexo de conexión por estar inserto en varios círculos.

El concepto de capital social ha sido definido por Bourdieu como “el conjunto de recursos actuales o potenciales que se encuentran ligados a la posesión de una red durable de relaciones mas o menos institucionalizada de inter-reconocimiento” (Bourdieu en Grill, 1999:42). Las definiciones a posteriori realizadas, principalmente por la sociología estadounidense e italiana, definen al capital social como un recurso que posibilita para el actor (sea este individual o colectivo) la consecución de determinados fines que de otro modo (o con costos excesivamente altos) serían inalcanzables. (Coleman en Piselli 2003: 55). El capital social ofrece la posibilidad de movilizar una relación social duradera para un fin determinado, pero este posible recurso también existe independientemente de esos fines y por lo tanto de ser movilizado en función de ellos (Pizzorno 2003: 41).

Las concepciones estadounidenses e italianas introducen el debate sobre si el capital social puede ser atribuido como un bien individual o un bien estrictamente colectivo, ya que si bien el capital social está incorporado en las relaciones sociales, los individuos no tienen necesariamente que identificarse con estas. Las redes sociales significan acceso a recursos pero también limitaciones a la acción a diferencia del capital social que es una pura fuente de beneficios (Piselli 2003). Aceptar esta diferencia entre capital social individual o colectivo sería negar que “los grupos a que pertenece el individuo forman como un sistema de coordenadas, de tal manera que cada nuevo grupo determina al individuo de un modo más exacto e inequívoco” (Simmel 1977: 436). El capital social es “capturado” de la relaciones sociales y es un producto de estas, la distinción entre capital social individual o colectivo supone necesariamente que los individuos se aparten de su ser social para optar, con pleno conocimiento de causa, cuales son los caminos posibles para fines determinados. Los individuos somos productos sociales, negar esta condición es negarnos como sujetos históricamente determinados. Los estudios sobre capital social, así como los de clientelismo político, necesariamente deben considerar los

---

<sup>12</sup> Simmel ya adelantaba tanto la lejanía entre la política y el individuo y su refugio en ámbitos pequeños. Al mismo tiempo que las problemáticas que puede acarrear la descentralización, particularmente en Canelones: ¿institucionalizar los círculos pequeños existentes? ¿esto significa formalizar estos vínculos o acarrear la lógica informal al seno de las instituciones supuestamente formales?

<sup>13</sup> “It’s Not Just What You Know but Who You Know” – las comillas son del autor - (Nan Lin, 2001: 41) Similar frase es citada por Pizzorno: “...vale mucho mas a *quien* se conoce y no *qué* se conoce” (2003.19)



signos compartidos que dotan de significado tanto las interacciones como los recursos intercambiados. Por otra parte y

De esta manera el capital social hace plausible la movilización de los distintos vínculos que conforman las redes para la obtención de diversos tipos de recursos por caminos informales. Así el capital social se transforma en uno de los ejes de las redes políticas a ser analizadas, ya que, a mayores volúmenes de capital social posiblemente mayores cantidades de votos<sup>14</sup>. En el caso puntual de las redes políticas la expansión del capital social específico de un grupo redundará en el incremento del capital social de la organización en su conjunto. Ya que si una fracción de un partido pone en juego su capital social en la consecución de votos, el aumento de su electorado es el aumento del electorado del partido en su conjunto.

#### 1.4 Breve reseña de la política informal en el Uruguay

---

En este punto, a través de una caracterización del sistema político uruguayo intentaremos reseñar como se ha conceptualizado al clientelismo político en Uruguay

Desde el siglo XIX, el escenario político de nuestro país se ha visto fuertemente influenciado por la presencia de relaciones informales. En el período de nuestra historia denominado como caudillismo, la influencia de líderes carismáticos era vertebral para la configuración de redes sociales y políticas, haciendo del relacionamiento particularista una forma de vinculación factible y legítima. En las formas de legitimidad personal y retributiva es donde nace la fuerza del fenómeno caudillista. (Real de Azúa, 1969). En este Uruguay “premoderno” el “gobierno de los hombres” imperaba sobre el “gobierno de las leyes”, donde el caudillo, a través de un poder sostenido en base de relaciones particularizadas de intercambio, cubría una serie de necesidades que de ninguna otra forma se podían asegurar. Representaba “una manera básicamente informal, pero manera al fin, de cumplir las funciones que el aparato estatal tan endeble, sumario no estaba en condiciones de llenar, actuando como un centro de congregación social y política en un medio que no tenía experiencia de otros modos de lograrla, el caudillo dio – de este modo – prueba de su aptitud para abreviar, sino cancelar las distancias físicas y sociales, paliar la situación de total marginalidad de ciertos sectores e integrar, a veces mínimamente pero siempre en algún grado, una sociedad determinada” (Real de Azúa, 1969: 120).

La unificación y cobertura total del territorio nacional por parte de las fuerzas coercitivas del Estado, la modernización de sus instituciones y la ampliación de sus funciones durante el período denominado como “modernización”, inauguraron a comienzos del siglo XX una nueva etapa en la vida nacional en la que el Estado no solo monopoliza el uso de la violencia sino que se establece como el centro

---

<sup>14</sup> El ejemplo más reciente de este aspecto fueron las elecciones nacionales de los Jóvenes Blancos donde votaron en 17 departamentos del país aproximadamente 50 mil personas entre 14 y 29 años de edad. Desde los medios de comunicación de izquierda se dudó e ironizó sobre esta abultada cifra de electores y más en esa franja ataría que el Frente Amplio concentra un número importante de adhesiones. Sin embargo si observamos que solo en Canelones el diputado Daniel Peña lanzó 26 listas, que a excepción de dos, todas pertenecían a localidades distintas del departamento. Cada lista entre titulares y suplentes necesita aproximadamente 50 personas (algunos personas pueden estar repetidas como titulares y suplentes) si cada una de esas 50 personas consigue 5 votos en promedio tenemos que cada lista puede obtener 250 votos, que si multiplicamos los 250 votos por las 26 listas existentes nos da un número de votantes totales del movimiento en Pro (si el mismo nombre que lleva el movimiento de Mauricio Macri en Argentina) de Daniel Peña entorno a los 6500 votantes.

legítimo del poder político. Bayce sitúa en esta etapa la cristalización de la primera “cultura política formal” uruguaya, concepto que “abarca la esfera de lo público, la disputa por el gobierno y el Estado, los procesos de socialización específicamente dirigidos a esos ámbitos, directamente interpelados en la interacción constitutiva, manifiestamente referido a ellos.” (Bayce, 1989; 8).

Las particularidades del contexto político, económico y social en el que se desarrolla esta cultura política, merecen especial mención ya que marcaron fuertemente la posterior evolución de la misma. Con la pretensión de integrar, institucionalizar una nación marcada por sucesivos enfrentamientos políticos, el batllismo concibió el espacio público como lugar de resolución de los antagonismos políticos a través del respeto de las reglas democráticas, y de los conflictos sociales por la mediación del Estado, realizando el papel de la educación como promotora de la ciencia y la racionalidad, como arma de fortalecimiento cívico conjuntamente con las también socializadoras prácticas democráticas. Esta concepción fundaría lo que Bayce llama los “neomitos” de la cultura política nacional: *“la génesis del neomito de la medianía, la equidistancia arbitral del Estado, del fortalecimiento de las clases medias amortiguadoras del conflicto potencial, de los partidos como absorbedores de ideas y demandas en la lucha endógena...”* (1989:16)

Esta etapa es presentada por la literatura, no solo como aquella en la que se constituye la civilización política uruguaya, sino también como el momento en el que se profundiza la autonomización relativa del Estado. Esto se vincula directamente con la existencia de un elenco político estable y “profesional” que monopolizó el rol de intermediación entre el Estado y la Sociedad Civil, una “*partidocracia*” considerada vigente hasta nuestros días. Los partidos se constituyeron en los principales sino únicos reguladores de los recursos provenientes del Estado -se adueñan de él, lo “*colonizan*”- controlando un gran caudal de beneficios cuya distribución varió dependiendo tanto de la lógica interna del Sistema Político, como de las transformaciones en el entorno social.

De todas formas el límite entre lo público y lo privado no se estableció de forma clara. Panizza sostiene que las características particulares del proceso de consolidación del Estado uruguayo hicieron que en su relacionamiento con la Sociedad Civil este no apareciera como una institución autónoma sino como un “*centro institucional de alianzas y compromisos*” sustentado por una multiplicidad de fracciones políticas. “Los partidos tradicionales gobernaron en función de una extensa red de intereses y fidelidades establecidas a través de una compleja trama de relaciones de clientela” (Panizza, 1990). Las relaciones clientelares fueron utilizadas por el Sistema Político como una forma de mantener el consenso y satisfacer demandas a corto plazo, haciendo difusa la distinción entre lo público y lo privado. Solari argumenta que el llamado “consenso” que permitió funcionar al Sistema Político se encontraba sustentado más que por un consenso valorativo por un sistema de repartición del poder público. Un fiel ejemplo de esta situación fue la creciente multiplicación de cargos públicos a lo largo de la primera mitad del siglo XX, y particularmente a partir de la década del veinte donde el ritmo de la expansión estatal no condice con el incremento del número de funcionarios.

Conjuntamente al rol de intermediación, la partidocracia uruguaya se sustenta en lo que Aguiar (1984) denomina como la supremacía de los clivajes políticos sobre los sociales, esto conlleva que la lógica de los primeros se imponga en la conformación de lealtades, adhesiones, identidades y expresiones ciudadanas. La pertenencia a un Partido Político o a una determinada fracción del mismo significa un mecanismo de identificación con un colectivo, que se presenta como clave para comprender el entrecruzamiento de redes sociales y políticas en Uruguay. Los Partidos Políticos no dejan de ser organizaciones dirigidas a la conquista del poder del Estado: estos ponen en juego todo su arsenal de recursos y estrategias para la captura del voto. Una de estas estrategias es explotar toda la red de relaciones particularistas que han ido tejiendo a lo largo del tiempo. No obstante estos mecanismos

particularistas no son exclusividad de los Partidos Políticos, la Sociedad Civil ha introyectado también esta forma de relacionarse con el Sistema Político normalizando esta interacción. En palabras de Aguiar “la legitimidad retributiva-particularista es el principal criterio de orientación al Sistema Político de la gran mayoría de la población” (1984: 17).

#### 1.4.1 Consideraciones actuales de la temática en el Uruguay

Se ha enfatizado en la literatura nacional sobre la mediación que cumplían los clubes políticos entre los partidos y los electores, y las redes clientelares tejidas en torno a ellos. Hasta aproximadamente la década del 70, el club fue el mecanismo a través del cual se realizaban las transacciones del “pequeño mercado” en términos de Bobbio; los partidos se aseguraban el apoyo a través de relaciones de intercambio de favores por votos. A su vez Rama (1971) destaca que estos líderes no solo representaban una fuente de recursos sino que a través de esta práctica los líderes de los clubes oficiaban como referentes barriales o locales, generando identificaciones y adherencias. Esta modalidad de clientelismo basada en el club político, según Mieres (1992), ha perdido vigencia en la actualidad (Mieres, 1992), no obstante en el interior del país Luna (2004) destaca la fuerte influencia que poseen estos líderes locales y el papel relevante que cumplen para la identificación política de sus seguidores.

En la actualidad hay varias hipótesis respecto a la permanencia o no del clientelismo como una pauta de relacionamiento influyente en la sociedad uruguaya, así como análisis que mencionan sus mutaciones en un nuevo contexto. Si bien Mieres (1992) señala el declive en los noventa de la forma de intermediación del club político descrito por Rama y la pérdida de su influencia en las instancias electorales, no descarta un papel relevante de las relaciones personales en la orientación política, lo que hace necesaria una investigación sobre las nuevas formas y escenarios donde tienen lugar en la actualidad.

Las consideraciones sobre el clientelismo en la actualidad tienen como punto de partida la reforma constitucional de 1996, donde se dividen las elecciones nacionales de las departamentales. Existe un consenso en la literatura que establece que la separación temporal de las instancias electorales abrió el campo político a nuevas dinámicas de funcionamiento, que entre diversos elementos, se destaca la modificación de la correlación de fuerzas entre figuras partidarias departamentales y nacionales. Magri sostiene que “la separación en el tiempo de las elecciones departamentales respecto a de las nacionales puso de manifiesto el peso que tienen ‘los barones’ de la política departamental en las instancias electorales y dentro de sus respectivos partidos. Los partidos tradicionales dentro de los sistemas políticos locales –departamentales- han tendido históricamente a consagrar fuertes liderazgos de corte territorial, que con mayor o menor independencia de las estructuras centrales, han desarrollado redes políticas responsables en última instancia por la permanencia del partido, no solo en la escena local, sino también en la escena nacional” (2000: 171). Guerrini (2000) sostiene que estas redes políticas locales cada vez poseen mayor capacidad de proyectar liderazgos<sup>15</sup>. En este sentido, Luna

---

<sup>15</sup> En las últimas elecciones nacionales los dos candidatos mas votados –Tabaré Vázquez y Jorge Larrañaga- fueron intendentes municipales de Montevideo y Paysandú respectivamente. Es más, si observamos las tres fórmulas presidenciales de los tres partidos mas votados –FA-EP-NM, Partido Blanco y Partido Colorado- observamos que cuatro de los seis candidatos a presidente y vicepresidente fueron intendentes municipales. ¿Casualidad azarosa o cambios en el reclutamiento de las elites políticas?



(2004) destaca que la consolidación de la institucionalización del Congreso de Intendentes, refuerza el afianzamiento de liderazgos fuertes a nivel departamental, con mayores posibilidades de negociación. Conjuntamente la limitación de las candidaturas ha hecho plausible la concentración de poder en la figura del intendente (Magri 2000) reforzando la personalización de las pujas, que repercute aún más en la relevancia del rol.

Por otra parte Filgueira, Garcé, Ramos y Yaffé (2003) sostienen que el clientelismo ha sufrido un triple movimiento al cual denominan: repliegue, mutación y refugio. Luna (2004) menciona cuatro transformaciones que disparan este triple movimiento del clientelismo: el surgimiento y la consolidación de grupos de interés que se estructuran en torno a prerrogativas obtenidas bajo el modelo de desarrollo tradicional y que en virtud de su capacidad organizacional y en el marco de un incremento de los niveles de competitividad electoral, poseen una alta capacidad de incidencia sobre el proceso de formulación de políticas públicas; el surgimiento paralelo de grupos de interés y empresas privadas que comienzan a competir por la obtención de contratos y concesiones estatales y municipales; el proceso de desintegración y fragmentación social; la creciente asunción de roles tradicionalmente ejercidos por la administración central por parte de las intendencias municipales.

En relación a la noción de *repliegue*, Filgueira *et al* sostienen que en el marco de la partidocracia se ha producido una tecnificación de la política que ha repercutido en reformas que significaron la restricción de canales tradicionales de las transacciones particularistas. Concretamente los autores se refieren a tres reformas: la primera la modificación del régimen provisional, que a partir de 1995 se considera como causal jubilatoria solo la historia laboral pertinentemente documentada, a diferencia del régimen anterior que alcanzaba con la declaración jurada de dos testigos. La segunda reforma se refiere a la prohibición de la creación de cargos presupuestales en el Estado. Y la tercera reforma se remite a la rendición de cuentas “gasto cero” o “artículo único”. En suma, sostienen los autores, las reformas han reducido los recursos intercambiables de forma particular.

En lo que respecta al concepto de *mutación*, se refiere a que se ha transformado desde la modalidad del club político y del intercambio individualizado de votos por empleos y jubilaciones, a uno visiblemente más elitista de contrataciones, e intercambios de regulaciones por apoyos económicos. Por último, en relación a lo que denominan como *refugio*, los autores se refieren a la reducción del clientelismo a la esfera municipal, producto de las modificaciones descritas que han posibilitado, como sostiene Luna, una “*mayor flexibilidad fiscal y cuyas características específicas las coloca como ámbito ideal para el desarrollo de relaciones cara a cara.*” (2004: 20)

Luna destaca la centralidad de los líderes locales que utilizan en vez del club político, el aparato burocrático de las Intendencias o mecanismos de gestión descentralizados. Sostiene que existe una desarticulación dentro de los partidos políticos, que aleja a los mediadores locales de los líderes nacionales. En este marco los Intendentes cobran mayor relevancia en sus respectivas zonas de influencia por la persistencia de mecanismos clientelares tradicionales, produciéndose una desnacionalización de las estructuras partidarias nacionales.

## CAPITULO DOS

### “Made in Canelones”: descripción del escenario.

---

En las postrimerías del siglo XX la población de Canelones ha experimentado un fuerte crecimiento impulsado, fundamentalmente, por una corriente migratoria proveniente de Montevideo. Los flujos migratorios provienen tanto desde barrios capitalinos limítrofes al departamento de Canelones como por el fenómeno expansivo de “la Ciudad de la Costa” en las décadas del 80 y 90. Entre el censo del 1996 y la primera fase del censo 2004 la población con residencia habitual en el departamento creció a una tasa anual media de 11.5 por mil, llegando a los 485.240 habitantes.

Consecuentemente, el electorado canario ha aumentado notoriamente, a tal grado, que el padrón electoral se duplicó en los últimos 35 años del siglo XX. En el último lustro el crecimiento del padrón departamental fue de un 17.6% en un contexto de estancamiento a nivel nacional (Oroño, 2004). Esto lo convierte en un departamento de gran importancia política en la actualidad dado que es el segundo padrón electoral después de Montevideo, así como el único padrón en franco crecimiento, lo que no solo lo posiciona sino que lo plataforma a futuro como un importante escenario de competencia electoral.

Al mismo tiempo el territorio canario concentra una gran diversidad dentro de sus límites. Siguiendo los mismos criterios establecidos por el comando que instrumentaba la campaña electoral del EP-FA-NM, agrupamos cinco áreas que poseen características disímiles desde el punto de vista geográfico, económico y social. Una zona de gran concentración de población como lo es la continuación del conurbano capitalino donde se encuentran las ciudades de Las Piedras y La Paz, que representan la segunda y la cuarta ciudad respectivamente en concentración de población del departamento. Hacia el oeste, por la ruta 5, encontramos una amplia zona de producción agrícola en torno a Progreso y Joanicó hasta llegar a la ciudad de Canelones y Santa Lucía. Por el centro del departamento en los alrededores de la ruta 6, se encuentra una extensa zona de chacras y viñedos bordeando las ciudades de Sauce y el “santoral” y las poblaciones en torno a la ruta 7 hasta San Jacinto, Mígues, Montes y Tala. Hacia el este sobre la ruta 8, se encuentra un área sub-urbana de varios conglomerados de habitantes en torno a la ex ciudad industrial de Pando, tercera ciudad en población del departamento, donde se encuentran las localidades de Barros Blancos, Colonia Nicolich, etc. Siguiendo la ruta interbalnearia se encuentra la zona costera del departamento, con una actividad comercial y turística de relativa importancia<sup>16</sup>.

En su totalidad el departamento ha experimentado un proceso de urbanización creciente: la totalidad de las ciudades con más de 10.000 habitantes, excepto Santa Lucía, han experimentado un crecimiento en sus poblaciones en el último período censal. El 88,6 % de la población reside en áreas urbanas y el 11,4 % lo hace en áreas rurales, a su vez, si bien a un ritmo más lento, la población urbana muestra una tasa positiva de crecimiento mientras que la población rural continúa decreciendo.

---

<sup>16</sup> El crecimiento poblacional experimentado en el último período intercensal por el departamento de Canelones se relaciona particularmente con el aumento de población registrado en la Ciudad de la Costa. Con un incremento de la población de 17.486 personas – 19,5 % de la población urbana del departamento - y una tasa anual media de 28.8 por mil, la Ciudad de la Costa sigue siendo desde hace décadas el área de crecimiento poblacional más importante del país. (Datos del Informe del Censo 2004 para Canelones del INE)



Cuadro 1: Población, según área y tasas anuales medias de crecimiento intercensal

AREA	POBLACIÓN 1996	POBLACIÓN 2004	Tasa anual media de crecimiento intercensal (por mil)
Urbana	384.716	430.112	13,8
Rural	58.337	55.128	-7,0
Total	443.053	485.240	11,2

Dansilio-Duarte<sup>17</sup>

Es notoria la desvinculación existente entre las diversas zonas del departamento, donde predomina la escasa comunicación y reconocimiento tanto entre las ciudades más importantes como entre los pueblos más pequeños. Esta fragmentación a nivel departamental genera realidades diversas a pocos kilómetros de distancia y dinámicas propias de cada localidad. Las construcciones intersubjetivas generadas en estos contextos locales se erigen en las elecciones municipales como marcos de referencias para la creación de referentes políticos locales, así como para la construcción de adhesiones y lealtades políticas.

## 2.1 El proceso político nacional y su correlato en el departamento canario.

El clásico bipartidismo de “Colorados y Blancos” ha signado la tradición política del departamento. No obstante, en las últimas elecciones, las adhesiones electorales concitadas por los partidos tradicionales en el departamento canario no distan del proceso que se desarrolla a nivel nacional, donde en cada elección la sumatoria de los sufragios obtenidos por ambos partidos presenta un franco descenso. En las elecciones del 1989 y 1994 el Partido Nacional y el Partido Colorado representaron en conjunto el 74.36% y 70.20% respectivamente del electorado departamental. A pesar de este descenso, Oroño (2004) considera que es en las elecciones del 2000 donde efectivamente se modifica el escenario electoral, a partir que el EP-FA se constituye en la segunda fuerza política departamental.

La reforma constitucional de 1996, conjuntamente con el Congreso de Intendentes, han acrecentado la notoriedad de la figura del “intendente”, otorgándoles una proyección política nacional. Sin embargo la personalización de los gobiernos municipales es un fenómeno de larga data. El diseño administrativo de corte “presidencialista” de las intendencias distribuye el poder de forma asimétrica, por lo que la figura del ejecutivo municipal adquiere un rol preponderante –tanto material como simbólicamente– en el destino del departamento. Hay por lo tanto una relativa autonomía en la administración por parte del ejecutivo, desde el año 1966 se les otorgo a los intendentes la iniciativa exclusiva en materia presupuestal, aumento de sueldos, número de funcionarios y gastos. Conjuntamente el Intendente designa o cesa a su gabinete, con total prescindencia de la Junta Departamental. (Oroño, 2004: 5).

<sup>17</sup> Datos del Instituto Nacional de Estadística. Informe del Censo 2004.

## 2.2 Crisis de legitimidad de los sistemas formales: Administración Hackembruch

---

El Partido Colorado, de la mano de las consecutivas administraciones de Hackembruch, arriba a las elecciones municipales del 2005 con un considerable desgaste en la opinión pública. La percepción generalizada de la pauperización del departamento conjuntamente a las presunciones de corrupción que recaían sobre el Intendente y su administración, se tradujeron en una considerable reducción del electorado en el último período electoral.

La campaña de Marcos Carámbula se erige en oposición y rechazo a este contexto, construyéndose a lo largo de la misma como una opción de cambio radical frente a la administración anterior. En los discursos el énfasis en el cambio no se sustenta, mayoritariamente, en la adscripción a una ideología determinada sino que se focaliza en una *“forma de hacer las cosas”*.

En este contexto, consideramos pertinente señalar dos aspectos cruciales en el éxito electoral de la candidatura de Marcos Carámbula: 1. La estrategia de campaña que intentó diluir diferencias entre las diferentes adscripciones político – partidarias, focalizándose en cada zona del departamento con un doble objetivo: reivindicar las necesidades y particularidades de cada lugar y a su vez crear un sentimiento de *“unidad canaria”*. 2. La red de relaciones particularistas que apoyaron a la candidatura y que como formas de vinculación social y reconocimiento fueron fundamentales a la hora de crear o fortalecer adhesiones y lealtades políticas.

El contexto en el cual se desarrollan ambos puntos viene dado por al deconstrucción del espacio público como ámbito de resolución de problemas. El descaecimiento de la cultura política formal, sumados al shock realizado por Pacheco Areco, los tupamaros y los Militares generó un espacio político informal como consecuencia directa de la supresión de la esfera pública como ámbito político por naturaleza (Bayce 1989: 42). Las intendencias de Hackembruch no hicieron más que continuar reforzando este espacio informal de relacionamiento. La personalización de las instituciones departamentales conjuntamente con el cierre de las juntas departamentales fortaleció el imaginario de resolución informal de problemas, un fenómeno que en su perdurabilidad viabilizó su naturalización. Tal vez el ejemplo mas claro del grado que adquirió la personalización institucional fueron las ausencias del entonces intendente a los continuos llamados a sala del legislativo departamental motivados por la permanente violación de los caminos formales en la asignación de contratos de obra así como de cargos municipales. La crisis de legitimidad de las instituciones canarias llego a tal grado que la morosidad tributaria supero el 50 %, y particularmente en la ciudad de la costa donde el incremento de la contribución inmobiliaria, visualizado como ilegítimo, generó el rechazo de la población más allá de sus posibilidades económicas. Como se encuentra registrado en la observación número 3 en el club ABC de la Ciudad de la Costa algunos de los concurrentes al acto manifestaban esta situación:

V2- Yo pagaba 1200 \$ de contribución y en tres años me la aumentaron a 18000 \$

V3- a mi me paso algo similar, pero no la pago mas, podría pagarla pero no la pago mas por que no voy a dejar que me robe este viejo tráfuga (risas)

C- Vamos a pedirle al edil Pimienta que ha estado trabajando sobre este tema.

Pasa Pimienta y saluda efusivamente al Candidato y los suplentes. Explica el incremento que han tenido las contribuciones inmobiliarias y la relación con el incremento en el índice de morosidad. A su vez esto se ha usado

como justificación para el abandono por parte de la intendencia a la ciudad de la costa, hemos presentado varios recursos frente a la junta, pero es imposible...

V4- ¿Cómo se puede solucionar el déficit y la contribución inmobiliaria?

C- No se soluciona subiendo la contribución, se tiene que administrar de manera racional, hay que terminar con los ñoquis, "la creación de un cargo para un amigo implica la inclusión de los que vienen con él" <sup>18</sup>

## 2.3 Candidato y Candidatura

---

En este marco de crisis departamental y expansión electoral del FA-EP-NM surge la candidatura de Marcos Carámbula. Un candidato que pertenece a una familia de tradición política y de tradición política canaria, pero, sin embargo su candidatura no emana de las filas del FA-EP-NM sino que proviene de una organización departamental denominada Casa Canaria

Luego de las elecciones municipales del año 2000 algunos disidentes de la administración Hackembruch, conjuntamente con militantes del partido blanco y del FA-EP conformaron una agrupación sin fines electorales llamada Compromiso Canario<sup>19</sup>. Esta organización tenía por cometido denunciar el abandono del departamento por parte de la intendencia así como colaborar en las localidades canarias desde una extendida militancia social. De esta forma Compromiso Canario se transforma en una organización con sede en Las Piedras pero con representantes de diversos Partidos Políticos en cada localidad, una red extendida y multipartidaria.

Llegadas las elecciones nacionales del 2004 gran parte de Compromiso Canario intentó crear una lista dentro del FA-EP-NM, pero tuvieron una amplia oposición por partes de los militantes de los partidos blancos y colorados que amenazó con desarticular el grupo a tal grado que terminaron por no presentarse. Esta situación cambio para las elecciones departamentales del 2005, donde Compromiso Canario visualizó la posibilidad de acceso a la intendencia como la oportunidad de implantar su proyecto desarrollado en los últimos años en el departamento. En vez del largo camino legislativo que podrían haber seguido en la elecciones del 2004 optaron por el rápido proceso ejecutivo que conlleva el gobernar una intendencia.

Por otro lado los sectores del FA-EP se encontraban en plena disputa por elegir un candidato de su sector, se manejaban los nombres de Roberto Conde, Freddy González, Juan Antonio Rodríguez, Ramón Legnani, pero ninguno generaba los consensos necesarios, conjuntamente a que no tenían una amplia proyección departamental. Asamblea Uruguay golpea el tablero y mas allá de la orgánica del FA lleva como candidato al Dr. Luis Gallo, esto provocó que el resto de los sectores del Frente Amplio, preocupados por el poder que podía acumular Astori desde el Ministerio de Economía y desde la Intendencia de Canelones, se agruparan y se encolumnaran detrás de un candidato que en la actualidad y desde hace varios años no pertenecía a ningún sector del FA<sup>20</sup>. El consenso que generó la

---

<sup>18</sup> Ver anexo en apartado. observación número 3

<sup>19</sup> A modo de anécdota, la solución que encontraron para identificarse con un color fue la misma que utilizó Matt Groening en Los Simpsons para decidir sobre el color de los personajes, es decir, para no identificarse con los colores de ningún sector político eligieron el color amarillo, el mismo que figura en los actuales logos de la intendencia canaria.

<sup>20</sup> Cabe recordar que Carámbula se fue en muy malos términos del Partido Socialista conjuntamente con otros jóvenes médicos del sector, obtuvo la bancada como diputado por la 1001 pero al escindirse de este sector a comienzos de los noventa no renunció a la misma luego tuvo un esporádico e infructuoso paso por la 738 y desde ahí a Compromiso Canario, previo paso como presidente del sindicato médico. En suma Carámbula no posee una fuerte identificación con ningún sector político de FA, y el reconocimiento de su figura en el departamento viene dado más por su militancia social que por su militancia política.





candidatura de Carámbula no fue un consenso sobre su persona si no que fue un acuerdo por impulsar un candidato que fuese una oposición real a la candidatura impulsada por la 2121 y que a la vez posibilitara al FA-EP acceder a la intendencia canaria viabilizando que el resto de los sectores de FA-EP se encolumnen detrás de su figura

### 2.3.1 Candidato

Marcos Carámbula posee cuatro características centrales que lo transforman en un inmejorable candidato a la Intendencia de Canelones.

- ❖ Su profesión de médico. Varios de los referentes locales son médicos de profesión ya que esta le permite entablar un relacionamiento directo con distintos sectores de la población. Carámbula desde su trabajo en el ámbito público como privado se encuentra vinculado tanto con distintos sectores socioeconómicos así como múltiples contactos intergeneracionales. La relación médico paciente en el marco de atención desde el paradigma de la enfermedad<sup>21</sup> le posibilita entablar relaciones que van más allá de la relación de la misma, en este contexto la relación profesional se extiende a una vinculación personal y más aún en las localidades pequeñas donde la figura del Doctor posee una condición de por sí intachable<sup>22</sup>.
- ❖ Su pertenencia personal y familiar al departamento de Canelones. El peso de los lazos de parentesco en el interior del país aún poseen un peso notoriamente significativo. Este punto fue ampliamente destacado en la campaña y en cada localidad que arribaba resaltaba su vinculación personal y familiar con la localidad construyéndose a sí mismo como un canario pleno y de raíz familiar, vinculando cada localidad con sus historia personal y familiar.
- ❖ Su reconociendo vinculado a su trayectoria social más que por su historia política. Carámbula tuvo mayor exposición mediática como presidente del Sindicato Médico y como presidente de Juventud de Las Piedras que como diputado de la 1001 hace más de 15 años. Al mismo tiempo su actividad social local la realizó predominantemente sin la adherencia a ningún sector del Frente Amplio. Es más un médico comprometido con la vida de las localidades que un político nato. Este aspecto es

---

<sup>21</sup> El paradigma de la enfermedad se refiere a la concepción de la asistencia en caso de enfermedad, lo que vincula al médico y al paciente en caso de estricta necesidad. A diferencia del paradigma de asistencia integral, que se pretende instalar en la actualidad, donde el relacionamiento es preventivo y no solo en carácter de urgencia.

<sup>22</sup> Tres ejemplos de este punto. Primero: desde que arribó en el año 2000 un médico de izquierda, que no pertenece a ningún sector en particular, a la zona de Las Brujas y Cerrillos la votación del FA-EP se duplicó desde las elecciones municipales del 2000 a las del 2005. Segundo: en un pueblo rural, conservador y autodenominado pachequista como San Bautista donde el partido colorado obtuvo el 22,4 % de los votos, la segunda localidad donde obtuvo más votos después de Pueblo Bolívar donde consiguió el 32 % de las adhesiones y el promedio departamental fue de 6,7%. La lista 26 de marzo, nada más y nada menos, incrementa el promedio de votos obtenidos. A nivel departamental es la onceava lista más votada mientras que en San Bautista es la sexta, nuevamente tenemos que de los tres médicos que residen allí uno de ellos es un militante de la 26 de marzo. Tercero. El día de las elecciones municipales en la localidad de Sauce varios pacientes golpeaban la puerta de uno de los médicos de la localidad para pedirle listas de votación y de paso le llevaban todo tipo de ofrendas desde comida hasta unas gallinas (literal).

clave ya que representa un candidato que en los sectores más reacciones y conservadores de Canelones no tiene una negativa a priori.

- ❖ Por último su candidatura no es personal o de un sector específico del FA-EP, sino de una organización como Compromiso Canario, devenido en Casa Canaria para las elecciones municipales, multipartidaria e intergeneracional que lo impulsa desde una base ampliada haciendo plausible concitar adhesiones externas al FA-EP.

### 2.3.2 Candidatura

La relación entre Casa Canaria y el FA-EP-NM, fue, por decirlo de alguna manera, por los menos problemática. Sin embargo ambas partes manejaban claramente que el potencial era vinculación entre ambas. El FA-EP-NM doto a la candidatura de Carámbula de sus suplentes que conformaban el equipo de campaña, un grupo diverso, tanto generacionalmente y geográficamente como profesionalmente.

El primer suplente de Carámbula, perteneciente al MPP, un joven<sup>23</sup> profesor de historia, distendido, de vestimenta informal y encargado del área de cultura. Su zona de influencia mediante sus actividades políticas, sociales y profesionales era la ciudad de Canelones, de donde es oriundo, y donde concentra su mayor militancia política y social. Su actividad laboral lo vinculaba directamente con las zonas aledañas a la capital departamental, principalmente con la ciudad de Santa Lucía.

El segundo suplente, perteneciente al Partido Socialista, un ex edil departamental ingeniero agrónomo de amplia trayectoria departamental tanto por su actividad laboral en el área privada como por su vinculación al fomento de cooperativas productivas. Si bien es oriundo de Sauce su influencia se extendía a todas las zonas rurales del departamento.

El tercer suplente, perteneciente a la Vertiente Artiguista, un experimentado sindicalista de la zona de La Paz, con múltiples conexiones departamentales tanto por su actividad sindical que lo vinculaba directamente con la zona de Pando como a nivel general del departamento por haber sido edil departamental en dos oportunidades.

El cuarto suplente perteneciente al Partido Comunista, un ex edil departamental, militar retirado, un militante histórico del FA que había sido candidato a intendente en las elecciones del 1989. Su zona de residencia y militancia política y social es en la Ciudad de la Costa y particularmente en Salinas y aledaños donde reside hace más de 20 años.

De esta forma se conforma una fórmula a la intendencia con representantes de prácticamente todas las zonas del departamento, ya sea por ser su lugar de residencia o por su actividad política, social o profesional. Una fórmula intergeneracional con temperamentos y trayectorias bien marcadas y disímiles, con diferentes pertenencias que posibilitaron la amplia reconversión de sus vínculos y bases sociales en bases electorales.

---

<sup>23</sup> Joven para lo que son los cánones políticos del Uruguay.



## 2.4 Casa Canaria vs. Frente Amplio-Encuentro-Progresista-Nueva Mayoría

La campaña electoral estuvo dividida claramente en dos etapas. Distinguimos cinco aspectos medulares que diferencian ambas etapas: 1. Las características de las actividades 2. Características de la interacción entre candidatura y simpatizantes 3. Objetivos manifiestos de las actividades 4. El número de concurrentes a las actividades 5. Entidad encargada de la organización

Cuadro 2 Etapas de la campaña electoral

	Primera etapa	Segunda etapa
Características de las actividades	Actividades informales	Actividades formales
Características de la interacción entre candidatura y simpatizantes	Interactiva	Expositiva
Objetivos manifiestos de las actividades	Recorrer y recabar las demandas de todas las localidades del departamento	Exponer el plan de gobierno, vincularlo con el proyecto nacional del FA-EP-NM
El número de concurrentes a las actividades	Actividades reducidas	Actividades masivas
Entidad encargada de la organización	Casa Canaria	Coordinación entre orgánica del FA y Casa Canaria.

Fuente: Dansilio - Duarte

Antes de introducirnos en las características particulares de cada una de las etapas, consideramos pertinente entablar una distinción genérica entre actividades formales y actividades informales: entendemos por actividades formales como las actividades que se desarrollan en espacios donde hay una distribución de los elementos que identifica claramente a los emisores y receptores, dotando a la relación de un aspecto estático. Mientras que las actividades informales son aquellas donde el vínculo no es unidireccional, la relación entre emisores y receptores es dinámica, dotando a la relación de un “ida y vuelta” que hace plausible la personalización de la relación (Dansilio-Duarte 2005).

### Primera etapa: Casa Canaria 's rules

La primera parte de la campaña electoral estuvo organizada prácticamente en su totalidad por Casa Canaria<sup>24</sup>. Esta etapa se instrumentó mayoritariamente en su totalidad por los referentes locales que

<sup>24</sup> A través de un ejemplo puntual intentaremos dar una idea certera del grado de articulación entre la orgánica del FA y Casa Canaria en la primera etapa de campaña electoral. La primera observación de campo fue realizada en la localidad de Sauce, nos dirigimos a dos comités de base para informarnos sobre horas y lugares de las actividades y en ninguno de ambos sabían de absolutamente nada. Una vez que encontramos a Carámbula y su equipo, en el fondo de una casa rodeado de unas escasas personas, continuamos con ellos las actividades previstas. La tercera actividad era en un comité de base que cuando arribamos estaba cerrado, frente a eso la actividad consistió en que el referente local fuese por la cuadra golpeando las puertas de las casas de sus

responden a dicha organización. Desde Casa Canaria se le asignaba un día a cada localidad y el referente era el encargado de organizar la jordana proselitista en ese lugar<sup>25</sup>. De esta forma los referentes locales interconectaban al candidato y su equipo con la población para que esta les planteara sus problemáticas, comprometiéndose a encontrar posibles soluciones a las mismas. Los referentes intermediaban entre candidato y población, entre problemáticas locales e instituciones departamentales, nacionales o del FA-EP-NM<sup>26</sup>. Claro está que la población que accedía a esta instancia se encontraba sesgada por los contactos personales de los referentes en sus localidades.

Las actividades en esta etapa eran mayoritariamente informales, se realizaban en lugares pequeños<sup>27</sup> con escasa concurrencia<sup>28</sup>, lo que permitía al candidato y su equipo interactuar personalmente con prácticamente la totalidad de los concurrentes. En estas interacciones el equipo había designado especialmente a uno de sus integrantes para que anotara todas las problemáticas recabadas en cada localidad, hasta que fue sustituido por un buzón de demandas, un gesto simbólico que apuntaba a influir en el escenario en el cual se desarrolla la acción pautando de esta forma la interacción, transmitiendo a los otros una impresión que estrictamente al candidato y su equipo le interesa transmitir (Gooffman 1994: 16). Con esta consigna se recorrieron cada uno de los parajes, pueblos y localidades del departamento, relevando y recabando las problemáticas particulares que tañen a los insertos en la red de los referentes locales.

De esta forma se vinculó a la candidatura con la población a través de los referentes locales con miras a entablar un relacionamiento personal entre las partes que a posteriori se reconvirtiera en un vínculo electoral.

#### Segunda etapa: “Cada vez somos más”<sup>29</sup> ¿Para cambiar? Casa Canaria y FA-EP-NM.

La segunda etapa de la campaña electoral fue coordinada de forma conjunta por Casa Canaria y el FA-EP-NM. Las actividades que se realizaron en esta instancia fueron de carácter formal, donde predominaron los actos multitudinarios, las caravanas y eventos culturales masivos. Las actividades tuvieron el objetivo manifiesto de exponer el programa de gobierno municipal y particularmente su vinculación con el proyecto a nivel nacional del FA-EP-NM, resaltando la importancia de Canelones y particularmente del nuevo Canelones progresista en el marco de un nuevo país. Con esto se pretendió darle una mayor trascendencia al proyecto del FA-EP-NM, priorizando los aspectos ideológicos sobre las características personales. En consonancia las actividades de campaña que se organizaban desde la orgánica del FA reunían a Luis Gallo y Marcos Carámbula para que se dividieran los aspectos del programa a ser relatado y se comprometieran a gobernar, más allá de quien gane las elecciones, con el proyecto del FA-EP-NM.

En esta etapa la campaña adquirió un carácter descentralizado, es decir si bien las actividades eran co-coordinadas, las mismas se desarrollaban en paralelo y en distintas localidades donde la presencia del

---

conocidos para que saludarán al próximo intendente. Cuando llegamos a la plaza de Sauce, al final de la jornada, los militantes frenteamplistas estaban totalmente furiosos de enterarse que iba a estar Carámbula en la ciudad por que lo vieron hablando con las personas que se encontraban en la plaza. (Ver observación nº 1)

<sup>25</sup> El candidato y su equipo arribaban a las localidades sin saber a donde o que iban a hacer a lo largo del día (Ver anexo en apartado. Observación nº 2)

<sup>26</sup> Ver anexo en apartado. Observaciones nº 1, 2, 3, 4, 5, y 7

<sup>27</sup> Los espacios donde se realizaban las actividades eran desde el fondo de una casa hasta en una parada de ómnibus. Ver anexo en apartado. Observaciones nº 1, 2, 3, 4, 5, y 7

<sup>28</sup> El promedio de personas concurrentes a las actividades informales fue 40. (Ver anexo C)

<sup>29</sup> Referencia al single interpretado por Rubén Rada para las elecciones nacionales del 2004

candidato y su equipo era menor a la duración de las mismas. Cada uno de los sectores del FA encabezaba actividades específicas de diversa índole en las diferentes localidades donde la presencia del candidato y su equipo se reducía a unas breves palabras o simplemente encabezar la caravana unos instantes o a dar su discurso y retirarse rápidamente a otro acto. Pese a esto, y principalmente en los actos, siempre había instancias de relacionamiento informal entre candidato, referentes y simpatizantes<sup>30</sup>.

En este marco Carámbula y su equipo reconfiguraron su estrategia discursiva pero manteniendo los principios de la primera parte de la campaña, es decir vincularse personalmente con la localidad, tanto personalmente como a través de su círculo íntimo. De esta manera siempre se mantienen como personas en contacto con la localidad y el pueblo, y con los referentes del mismo. El buzón de demandas fue clave en esta etapa ya que le permitía al candidato hablar de las problemáticas particulares de esas localidades en concreto, haciendo plausible vincular un proyecto a nivel nacional con el nuevo Canelones como respuesta a las problemáticas particulares de cada localidad y persona, donde los referentes locales viabilizan esta interconexión personalizada.

De esta forma se interconectaron los intereses de Casa Canaria y la orgánica del FA, haciendo plausible mantener el electorado histórico del FA, a través de la exaltación programática que se encuentra por encima de las personalidades. Mientras que, por otra parte, se abrió el espectro a nuevos votantes mediante la red de vínculos personales del candidato, su equipo y de los referentes locales. La agregación de intereses de ambas organizaciones y la radicalización de la estrategia electoral confluyó en el éxito electoral que le permitió aumentar el electorado del FA-EP-NM en un 10% en comparación con las elecciones nacionales de octubre, en un padrón electoral más reducido.

Cuadro 3. Resultados electorales del FA-EP-NM en Canelones

	Elecciones Nacionales	Elecciones departamentales
Total de votos obtenidos por el FA-EP-NM	161879	180659
Porcentaje del electorado	54.6	64.5
Total de votos departamentales	296394	279962

Duarte <sup>31</sup>

<sup>30</sup> Ver anexo ....

<sup>31</sup> Fuente: Abel Oroño. Datos suministrados por Lucía Selios.

## 2.5 Delimitación del problema de investigación y objetivos

En consonancia con el diagnóstico desarrollado anteriormente sobre la diversidad y desconexión que posee el departamento canario así como la deconstrucción del espacio público como esfera normal de interacción entre partidos y sociedad civil, se pretende reflexionar acerca del relacionamiento entre ambas partes.

El presente trabajo tiene dos objetivos de carácter general. En primer lugar se pretende superar el concepto de clientelismo político mediante el desarrollo del concepto de mediación política. Concretamente se pretende contribuir al estudio del relacionamiento informal entre Estado-Sistema Político y Sociedad Civil. Conjuntamente con la resignificación teórica de estas prácticas cotidianas, que han concitado escasa atención por parte de la academia en nuestro país. En segundo lugar, y en consonancia con lo planteado, se analizarán los mecanismos de relacionamiento informales impulsados desde la candidatura del FA-EP-NM con la Sociedad Civil. Específicamente se estudiarán la organización y el funcionamiento de las redes de relaciones interpersonales tejidas en torno a la candidatura de Marcos Carámbula para las elecciones municipales del 2005 en el Departamento de Canelones. Conjuntamente se analizará la influencia del relacionamiento informal en la generación de adhesiones y lealtades políticas duraderas.

## 2.6 Estrategia metodológica y técnicas de investigación

El trabajo de campo se focalizó en un estudio de caso de la campaña electoral para las elecciones municipales de mayo del 2005, específicamente en la candidatura de Frente Amplio-Encuentro Progresista-Nueva Mayoría encabezada por Marcos Carámbula.

Se utilizó un diseño medianamente proyectado, de forma que otorgará cierta flexibilidad para realizar modificaciones adecuadas a la emergencia del campo (Vallés 1997). El trabajo de campo se realizó mediante una estrategia cualitativa que buscó completar la observación participante con entrevistas en profundidad. Estas, en una segunda instancia son contrastadas con datos secundarios surgidos de las elecciones departamentales.

La investigación se estructuró en dos etapas. La primera etapa abarcó el periodo de la campaña electoral comprendido desde el 3 de marzo hasta el 8 de mayo. En esta etapa se aplicó mayoritariamente la técnica de observación participante, esta nos permitió realizar lo que denominamos como mapeo de la red, es decir ubicar las zonas de referencia de los referentes locales así como sus espacios de pertenencia. La segunda etapa se realizó principalmente en el periodo post electoral donde se realizaron entrevistas en profundidad a los referentes locales identificados en la primera etapa.

Se realizaron 13 jornadas de observación participante, donde efectivamente se realizaron 72 horas de aplicación de la técnica distribuidas en 40 actividades de campaña. Por otra parte se realizaron 13 entrevistas en profundidad a los referentes locales de la candidatura del FA-EP-NM de las diversas zonas geográficas del departamento, entrevistas espontáneas a simpatizantes y una entrevista colectiva con seis simpatizantes y un referente local.



#### ❖ Entrevistas en profundidad

Una mirada cualitativa considera al lenguaje como un elemento fundamental en la construcción cotidiana de la realidad social, en especial la indexicalidad de la palabra, es decir, todas aquellas circunstancias que rodean a una palabra a través de las cuales ésta va adquiriendo nuevos significados. El lenguaje es fundamental entonces tanto para construir como para interpretar cualquier realidad, lo que implica una negación del mismo bajo su condición de “dato”. Consideramos pertinente la propuesta de Ibañez de renunciar a la “ilusión de transparencia del lenguaje”, en palabras del autor, “la ruptura lingüística des-construye la noción ideológica para reconstruir con sus fragmentos un concepto científico (...) el lenguaje no es solo un instrumento para investigar la sociedad, sino el objeto propio del estudio: pues, al fin y al cabo, el lenguaje es lo que la constituye o al menos es coextensivo con ella en el espacio y en el tiempo” (en Beltrán, 1986:40).

A través del discurso de los participantes queremos recabar elementos para reconstruir el concepto de mediación política, indagando en los significados que poseen para los distintos actores estas relaciones informales y particularistas. *“La entrevista de investigación pretende, a través de la recogida de un conjunto de saberes privados, la construcción del sentido social de la conducta individual (...)”* (Delgado, 1995: 228).

#### ❖ Observación participante

Esta técnica presenta la posibilidad de introducir al investigador al contexto natural donde se desenvuelven las acciones y observar a los actores en el curso de su actividad cotidiana. *“Tienen la ventaja de meter al observador en la complejidad fenomenológica del mundo, donde puede ser testigo de las conexiones, correlaciones y causas tal y como se desenvuelven. Los observadores cualitativos no están atados, así, por categorías predeterminadas de medición o respuesta, sino que están libres para buscar conceptos o categorías que tengan significados para los sujetos”* (Alder, 1994 en Vallés, s/r: 148).

El carácter específico que adquirirá la aplicación de esta técnica, siguiendo la clasificación realizada por Spradley (en Valles), se moverá entre una participación pasiva y una participación moderada de acuerdo al contexto. La participación pasiva resulta más conveniente en actividades de gran magnitud, como actos o grandes conferencias (actividades *formales*), siendo en estas el rol del observador periférico: como espectador. En la participación moderada el observador puede indagar a los distintos actores de la actividad y pedir determinadas explicaciones, así como ellos reconocen su rol como observador. Este tipo de participación es más adecuada para actividades *informales* como las barriadas, giras, visitas a hogares particulares, a comités o pequeños actos.

## CAPÍTULO TRES

### Geo-referencia de las adhesiones políticas

---

“Es bien sabido que una fuente de fuerza de la máquina política procede de sus raíces en la comunidad local y en las barriadas. La máquina política no considera al cuerpo electoral como una masa amorfa e indiferenciada de votantes. Con aguda intuición sociológica, la máquina reconoce que cada elector es una persona que vive en una barriada específica, con problemas y necesidades específicos. Las cuestiones públicas son abstractas y lejanas; los problemas privados son extremadamente concretos e inmediatos. La máquina no funciona apelando en general a los grandes intereses públicos, sino mediante relaciones directas, semif feudales, entre los representantes locales de la máquina y los electores de su barriada. Las elecciones se ganan en el barrio. La máquina establece sus vínculos con hombres y mujeres corrientes mediante complicadas redes de relaciones personales. La política se convierte en lazos personales. (...) En nuestra sociedad predominantemente impersonal, la máquina, mediante sus agentes locales, llena la importante función social de *humanizar y personalizar* toda clase de ayuda a quienes los necesitan”

Merton (1964: 83)

Diversos autores<sup>32</sup> destacan que la reforma constitucional de 1996, al separar las elecciones municipales de las nacionales, dejó en evidencia la influencia de las relaciones particularistas en la construcción de lealtades y apoyos políticos. Las elecciones municipales se enmarcan en contextos signados por cuestiones de cercanía y de vinculación directa, dando lugar a que las *redes de mediación informales* preexistentes a la campaña electoral ocupen un rol trascendental en la generación de alianzas y adhesiones político-partidarias. Un colaborador de la candidatura de Carámbula manifestaba en una de las actividades de campaña que las estrategias para las elecciones municipales son “*distintas*”, hay un énfasis en la figura del “*vecino*”, ya que “*es él, quien puede ser edil*” entonces “*el arrastre es distinto, es distinta la telaraña que se arma*”<sup>33</sup>. En función de esto, las posibilidades de que la izquierda triunfe en las elecciones departamentales del interior del país, se encuentran condicionadas a la capacidad de esta fuerza política de “*enraizarse en las sociedades locales tejiendo redes políticas de sustentación*” (Magri 2000: 183).

Los referentes políticos de las diversas localidades mencionaban dos aspectos en relación a la diferencia que existe entre la campaña para las elecciones nacionales y la campaña para las municipales. En primer lugar, manifestaban la existencia de una notoria diferencia tanto en la estrategia política como en la conducta del electorado. En segundo lugar, las elecciones municipales tenían un carácter predominantemente “local”. Un edil departamental explicaba esta diferencia:

“La campaña a nivel nacional tiene por ejemplo (...) nosotros que andamos por diferentes lugares vos podés traer votos de los partidos tradicionales, lo que no quiere decir que se identifiquen con el FA, hoy por hoy hay un fenómeno progresista. Hoy por hoy está “el fenómeno Mujica” con nombre y apellido, entonces vos rescatas a ese voto que antes iba para el Partido Nacional o el Colorado pero vota al “Pepe” Mujica, bárbaro, (...), ese era el trato concreto de la campaña nacional: vos te movés dentro de tu departamento pero con una proyección a lo que va a ser el gobierno nacional. En la campaña departamental vos tenés algún problema adicional, porque por ejemplo, gente que vota a nivel nacional a la izquierda pero (...), que tiene un vecino que va con el Partido Colorado o un vecino que va con el Partido Nacional y pa! te queda horrible no acompañarlo, o a alguien que por ejemplo le hizo un favor, de esos favores que estábamos hablando o un montón de otras cosas, es la elección

---

<sup>32</sup> Filgueira et al., 2003; Guerrini 2000; Luna 2004; Magri 2000.

<sup>33</sup> Ver observación de campo n° 11

mucho más directa, yo te diría caudillesca, esa palabra tan espantosa, ya es caudillesca a esta altura, porque la persona se relaciona con el candidato directo que tiene, ya sea a la intendencia o el candidato a edil, y ese vínculo directo es lo que le va a definir el voto

Pedro Goiti

### 3.1 La revalorización del contexto local.

---

El énfasis en el candidato o político “conocido” y “cercano” fue central en la primera etapa de la campaña electoral donde se apuntó al relacionamiento directo de la candidatura con los simpatizantes. Las actividades implicaban lugares físicos pequeños, que forman parte de la vida cotidiana de los individuos de la localidad: el fondo de la casa de una vecina, las distintas ferias de las localidades, la plaza, caminatas por los barrios, etc. Esta ruptura de los espacios tradicionales de campaña electoral contribuyeron a diluir los roles estrictamente delimitados de emisor y receptor, transformándose éstos en aspectos dinámicos: *“Más que venir a dar grandes discursos, venimos a recoger opiniones”*<sup>34</sup>. Este aspecto es reforzado permanentemente en la presentación pública del candidato que realizaban los referentes locales, lo introducían *“no como un intendente sino como un vecino más”, “...ahí viene el vecino, el que todos conocemos, Marcos, el próximo intendente de Canelones”*.

El concepto de *“performance”* definido como “la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes” (Goffman 1994: 27) es clave para analizar la presentación pública de Carámbula y su equipo. Siguiendo a Auyero, entendemos el concepto de performance “no en oposición a la ‘realidad’, tampoco como una noción que implica artificialidad. ‘Mas en relación a su origen etimológico, performance sugiere un llevar a cabo, actualizar, hacer que algo suceda’ (Auyero, 1997:183).

En las presentaciones públicas, Carámbula y su equipo, buscan generar una acción en los receptores a través de la “dramatización” de aspectos como la cercanía respecto a la localidad y a los problemas de la zona; el conocimiento de personas “estimadas” por los locatarios y una presentación del candidato como un “vecino”, como un “canario más”. En la estrategia discursiva utilizada por el candidato en las actividades de campaña, es notorio el énfasis en fomentar la noción de “cercanía” y más aún en Las Piedras, su ciudad de residencia:

“a ustedes no les tengo que decir que vamos a hacer, ustedes ya saben lo que hicimos y como lo hicimos, acá todos nos conocemos de hace años, todos saben donde vivo y quien soy, conocen a mi familia y a varios de lo que están en nuestro equipo...”.

Las actividades o dramatizaciones no deben ser necesariamente “concientes”, en este sentido esta presentación no implica una acción puramente deliberada y calculadora, una suerte de *engaño*, con el fin de conseguir algún voto más. Dichas actividades forman parte de una dinámica donde participan y colaboran todas las partes involucradas. De esta forma se intenta *actualizar* elementos preexistentes y compartidos por todos, como *“el ser canario”* o *“vecinos”*, *hacer que algo suceda*, generar un compromiso con los individuos, un sentimiento de pertenencia detrás del proyecto conjunto y compartido del “nuevo Canelones”.

---

<sup>34</sup> Frase reiterada por el candidato en sus presentaciones públicas



Los referentes locales contribuyen a definir el *setting* de la acción, es decir forman parte de la *fachada* del candidato y su equipo. De esta forma inducen a los participantes a decodificar la *performance* del candidato y su equipo como actores relacionados con su cotidianidad. Ya sea personalmente o mediante su círculo íntimo donde los referentes desempeñan un rol clave, ya que son los encargados de reducir las distancias entre el candidato y los simpatizantes, conectando lo local con lo departamental, canalizando demandas así como buscando posibles soluciones a las mismas. Los referentes locales se erigen frente a la localidad como “resolvedores de problemas”, mediante su cercanía con el candidato y su equipo, al mismo tiempo que son claves para definir la situación y conectarse de la forma deseada con los simpatizantes.

Los referentes locales se erige como bastiones electorales, mediante el relacionamiento informal con la sociedad civil, a tal grado que el día de las elecciones municipales, en la puerta de dos de los tres lugares de votación existentes en una localidad del departamento, realizábamos la pregunta: “¿a quién va a votar?”. Las respuestas no se dirigían ni al partido político, ni al candidato a intendente, sino que la totalidad de las mismas versaban en torno a los referentes locales. Uno de los referentes entrevistados daba su parecer frente a este aspecto:

E-(...) ahora me parece que es otra la dimensión que es el análisis de lo local, hay un peso distinto de lo local entonces la gente dice “yo voto a Lorenzo”, lo digo con total modestia, yo se de gente que me voto a mi

N- Si nosotros también...

E- Lo digo basándome en hechos objetivos, pero me parece que es otro el eje no por el prestigio social sino por que nos ven cercanos, la dimensión de la política local tiene mucho peso

N- Pero en que crees que influye lo cercano

L- Vos tenés que tener presente que si el Uruguay es un país de cercanías, imaginate lo que es Sauce, vos por mas que no quieras la gente te conoce, tienen una imagen de mi entendes, indudablemente, pero de una cuestión hasta estética, yo soy un trabajador la mayor parte del tiempo, pero cuando yo vengo a ser algo a la plaza me ven de otra forma, cuando estoy en el taller, me ven llevando mis hijos a la escuela, eso va generando una imagen que pesa mucho”

Lorenzo Albín

En las entrevistas con los simpatizantes los criterios de “cercanía” y “confianza” eran los que primaban a la hora de justificar su elección política. En una entrevista colectiva en Santa Lucía, Carlos, un simpatizante del EP-FA-NM, explicaba los argumentos por los cuales orientó su voto en estas elecciones:

“C- Generalmente, soy más afín a los grupos más minoritarios, ponéle en las Nacionales voté a Sarthou y ahora en las departamentales voté al MPP porque tá, me parecía que había gente que valía la pena como Sebastián, y claro estoy afín con pila de ideas, si bien con pilas ideas del MPP en general no pero con la gente que está laburando acá en el pueblo en el MPP si, así que tá.

N- ¿Y te parece importante esa instancia que se da en las elecciones de poder votar a un candidato a edil local, que sea de Santa Lucía?

C- Si eso es fundamental...”

Simpatizante

Sebastián, candidato a edil por la 609 es amigo de Carlos, se conocen desde hace tiempo debido a que viven en la misma localidad y han realizado varios proyectos locales juntos, como la radio comunitaria que llevan adelante junto con 25 personas más, fundamentalmente jóvenes. En esta entrevista colectiva, se encontraban varios de los integrantes de la radio y parte del grupo de amigos de Carlos y



Sebastián, de los cuáles, exceptuando a este último, ninguno era militante activo del EP-FA-NM. Todos habían votado la lista 609: conocían a su amigo y confiaban en él. Entre los participantes de la entrevista, se encontraba una vecina que declaró no haber votado al MPP en estas elecciones, pero nos explicó su voto, voto que también se orientaba por criterios similares al de los otros entrevistados:

“M- Yo no voté al MPP, en las elecciones departamentales terminé votando a una gente que es de acá, son compañeros míos de la salud, de la 1968, para apoyarlos. Si bien en las nacionales voté a Mujica...”

Simpatizante

El “conocerlo de toda la vida”<sup>35</sup>, el haber compartido actividades que, a priori, poco tienen que ver con lo político partidario como el trabajo o actividades sociales, el conocer su trayectoria personal, incluso familiar, el poder “reclamar” o “recurrir”, son elementos frecuentemente esgrimidos por los votantes como criterios de selección electoral. La pertenencia a los mismos espacios comunes genera una cercanía tanto física como simbólica que redundan en el incremento de confianza entre las partes. En palabras de uno de los simpatizantes entrevistados:

H-(...) Entonces si vos lográs influir en tu medio, vos metés uno o dos ediles tuyos de ahí, porque acá por lo general los ediles eran de otra ciudad, tal vez por mayor demografía, por mayor no sé qué, pero a vos ni te representaban porque vos ni los conocías. (...) Entonces para mí hay una nueva forma de política (...) vos fijate, que la política, el gran descreimiento de la gente ¿cuál es? es la gran separación entre la gente y aquello, es la gran separación. Entonces, cuando encuentran a alguien que vive ahí en la vuelta de tu casa, que aunque sea te agarra lo que a vos te sirve, lo cotidiano, y eso funciona. Me entendés, funciona. Ahora se terminó el tema de las banderas, es la vieja humorística uruguaya ¿qué tal doctor izquierdo? Porque si ganaba era utilizando todas esas cosas, la maquina de sumar. Cuando esa distancia con los de arriba que sigue existiendo, de repente esa distancia con lo político lo tenés a la vuelta de tu casa o sea vos ponderas mucho más lo local, por lo menos vamos a tratar de acomodar acá la manzana si no podemos acomodar el país. Porque es así. (...). Esos partidos terriblemente fuertes que son locales, que a nivel nacional ni influyen pero le importa un huevo y si los grandes quieren ganar ahí van a tener que arreglar con vos.

Simpatizante

En las localidades observadas del departamento canario, los referentes políticos locales y sus seguidores establecen vínculos que exceden lo estrictamente político partidario. Los múltiples contactos asiduos y cotidianos con la comunidad, así como la cercanía física y simbólica que estos suponen, influyen en la conformación de adhesiones y lealtades políticas locales en períodos electorales. Lazos afectivos, de amistad, parentesco, compañerismo o solamente el hecho de ser “vecinos”, generan un capital relacional crucial para la capitalización de votos por parte de los referentes mediante una reconversión de bases sociales en apoyos electorales. El contexto socio-cultural donde estas relaciones se encuentran

---

<sup>35</sup> Prácticamente todos los entrevistados sabían exactamente donde vivían los candidatos, su historia personal y laboral, habían compartido alguna actividad junto a ellos o incluso varios habían acudido a estos en busca de diferentes soluciones. Esto sucedía hasta con el candidato a intendente: la primera vez que fuimos a Las Piedras, ciudad de residencia del candidato y sede de su campaña, queríamos encontrar Casa Canaria, sede de la candidatura. Le preguntamos a tres personas: una empleada de una panadería, la vendedora de un quiosco y a un taxista donde quedaba este lugar. Ninguno sabía ubicar bien Casa Canaria, pero todos nos condujeron exactamente a la casa de Carámbula, incluso el taxista nos dijo: “*vayan y golpeen, que si no está él, está la mujer o los hijos que los pueden informar*”.

enmarcadas, así como las expectativas y significados que los participantes depositan en las mismas, son elementos cruciales para comprender la generación de mecanismos particularistas de relacionamiento político y de resolución de problemas por parte de políticos y seguidores.

### 3.2 Red de redes

---

En la literatura sobre redes sociales existen diversos criterios para demarcar la red a analizar. La delimitación clara y concreta de todos los participantes de la red excede las posibilidades del presente trabajo, ya que deberíamos establecer todos los mediadores y simpatizantes involucrados en el desarrollo de la misma. Es por esto que hemos adoptado una combinación de los criterios denominados por la literatura como “*realista*” y “*nominalista*”. (Rodríguez, 1995; Hanneman 2001) El criterio *realista* implica adoptar el punto de vista de los actores mismos para delimitar la extensión de la red, mientras que la perspectiva nominalista conlleva a delimitar la extensión de la red a partir de un marco conceptual específico<sup>36</sup>.

Si bien los vínculos entre los articuladores locales de la red y sus simpatizantes no se desarrollan todos de igual forma<sup>37</sup>, consideramos pertinente establecer lo que la literatura de redes denomina como “equivalentes estructurales”. Es decir individuos que poseen pautas de relacionamiento similares con los otros actores del sistema. Los referentes locales se relacionan de forma directa tanto con los simpatizantes como con el candidato y su equipo. Son puntos de referencia en el funcionamiento de la red como vehiculizadores de demandas y distribuidores de recursos, amparados en el capital social que poseen. Su condición les otorga una posición que es reconocida por todos, se sabe donde viven, de lo que trabajan, su historia personal y sus vinculaciones. El relacionamiento que poseen los referentes con su localidad excede ampliamente su actividad política, en palabras de los protagonistas

N- ¿Como conocés a las personas de la comunidad?

S- A la gente la conozco por los diferentes liceos que he trabajado en la zona, conozco a los gurises, a los padres, algunos gurises que ahora son padres y también por las actividades del comité que fui delegada por el comité a la coordinadora, la coordinadora de la ciudad de la costa, vínculo con la comunidad siempre hemos tenido.

Hunter S. Thompson

---

<sup>36</sup> Cabe destacar, para obtener una dimensión más certera del trabajo de campo, que la primera observación realizada fue en un pueblo que tiene literalmente una extensión de tres cuadras. La actividad involucraba a unas quince personas de la localidad y a un número similar de la comitiva del candidato. Cada vez que arribábamos a una nueva localidad, si bien se repetía gran parte de la comitiva que llegaba con el candidato había todo otro grupo de individuos presentes a los cuales identificar. Para trazar lo que denominamos como el “mapeo de la red” nos apoyamos fundamentalmente en entrevistas y diálogos informales con la comitiva y con sujetos que resaltaban por su cercanía con el candidato, en suma adoptamos el punto de vista de los actores inmersos en la red para delimitar a otros articuladores locales de la misma. Paralelamente a este proceso fuimos definiendo teóricamente los roles que relevábamos en las observación de campo, de esta forma patrón – broker – cliente tienen un correlato empírico definido conceptualmente como candidato-referentes locales-simpatizantes.

<sup>37</sup> Aquí entran en juego las diversas conformaciones de la relación, donde entran a tallar atributos personales de los participantes, los diversos recursos y demandas en juego, así como redes de parentesco, vecinazgo y amistad, en suma, diversas conformaciones socio histórico que le otorgan características particulares

Llegué y bueno, éramos los únicos médicos, nos recibieron con los brazos abiertos cuando llegamos porque no había médicos, no hay casi transporte, y bueno ahí empezó todo un trabajo social por el tema de la profesión, y de a poco se fueron integrando otras actividades en la zona.

Fernando Vidarte

P- (...) una de las cosas que yo le agradezco a la actividad política es haber conocido tanta gente y sentir el cariño de la gente: Eso es lo que te lleva a seguir por ellos, por los que depositan la confianza en vos, en vos y en otra gente.(...) los votos que sacamos no eran votos de izquierda sino votos de gente que conseguimos que viniera de los partidos tradicionales.

N- ¿En base a qué trabajo?

P- Mirá yo tenía un reparto, por esta misma zona un reparto de vinos y me vinculé con muchísima gente durante mucho tiempo y entonces eso me sirvió para definir en ese momento “bueno ustedes están dispuestos a darme una mano” y la gran mayoría dijo que sí, y esa gente conocía a otra gente y fue una cadena que hoy por hoy es muy interesante.

Pedro Goiti

En suma, los referentes locales más allá de las particularidades de las relaciones entabladas, cumplen las mismas funciones y poseen pautas de relacionamiento comunes. De esta forma podemos establecer lo que en la literatura sobre redes sociales se denomina como “bloques”, el ámbito específico donde estos actores estructuralmente equivalentes desarrollan sus actividades. Estas relaciones observadas en distintas partes de la red entretrejida en torno a la candidatura se encuentran geo-referenciadas, es decir estos “bloques” se desarrollan en espacios geográficos específicos donde los referentes locales centran su actividad laboral, política y social. Los bloques no son todos iguales, existen profesiones que permiten entablar un relacionamiento en espacios geográficos más amplios que otras, como por ejemplo los doctores o los docentes de secundaria, donde la multiplicidad de empleos les posibilita enraizarse en diferentes localidades ampliando de esta forma sus plataformas electorales.

Estos bloques son encabezados por actores que son localmente centrales, es decir los referentes son referentes en sus localidades porque afuera de ellas son perfectos desconocidos. Este aspecto los diferencia de los actores globalmente centrales como el candidato y sus suplentes que son reconocidos más allá de sus espacios de referencia. Los actores globalmente centrales interconectan los bloques desarrollados por los referentes locales, de esta manera conjugan una sumatoria de intereses y de simpatizantes de amplio rédito electoral, vinculando a nivel micro y macro a Casa Canaria con el FA-EP-NM.

La noción de redes nos permite analizar el comportamiento electoral desde otra perspectiva, ya que posibilita comprender la conformación de “colchones electorales” de los referentes locales en sus espacios geográficos y sociales de referencia, así como la agregación de intereses de los mismos.

### 3.3 “A seis kilómetros de distancia no te vota nadie...”: dos ejemplos.

Existen múltiples casos en las elecciones municipales que ejemplifican lo antes mencionado. En este punto desarrollaremos dos ejemplos que se presentan como paradigmáticos, a saber, el comportamiento electoral de la lista 8703 de la ciudad de Santa Lucía encabezado por un referente

perteneciente a Casa Canaria. En segundo lugar la estrategia electoral implementada por el “Espacio de Democracia Avanzada” -Partido Comunista- mediante el caso específico de la 61001

### 3.3.1 Una lista de sustento local: 8703

La 8703 es una lista departamental que fue conformada por primera vez para las elecciones municipales del 2005. Su principal figura, Marcos Márquez, fue electo edil departamental en dos oportunidades, la primera a través de la 2121 y en la segunda ocasión por la 1001. Los argumentos esgrimidos para la construcción de dicha lista giraban en su totalidad en torno a las motivaciones y contactos personales de Márquez. Frases como: “*Hizo su lista*” o “*(...) buscó la forma de abrir su lista para juntar votos para Marcos*”<sup>38</sup> son argumentos ampliamente utilizados que posibilitan a Márquez no solo justificar la creación de una lista independiente como un acto desinteresado, sino que además le permiten posicionarse como “cabecilla” de la misma.

La conformación de la lista así como la estrategia electoral buscó explícitamente ponderar el rol de los referentes locales mediante la reconversión de sus amplias bases sociales en bases electorales. Para la evaluación de los resultados electorales es pertinente considerar que la lista 8703 es la primera elección a la que se presenta, no tiene una orientación ideológica específica, no la apoya ni la integra ninguna de las figuras de proyección nacional y/o mediáticas del Frente Amplio. Si bien a nivel departamental fue la novena lista más votada dentro del FA-EP-NM obteniendo el 3% del electorado, lo interesante es analizar comparativamente donde Márquez conformó su “bloque” en relación a otras zonas del departamento.

Cuadro 4: Votos y electorado de las nueve listas más votadas del FA-EP-NM

	609	90	738	2121	99000	77	1001	1738	8703
Total de votos en Canelones	40366	22846	18693	17395	15896	15020	8578	5881	5420
% de votos dentro de FA	22	12.6	10.3	9.6	8.8	8.3	4.7	3.3	3
% de votos en el electorado total	14.4	8.2	6.7	6.2	5.7	5.4	3	2.1	1.9

Dansilio- Duarte<sup>39</sup> Solo están considerados los votos de 1001 sin sumar los de la 2001, 31001, 61001

Generalmente las listas más votadas a nivel nacional y/o departamental mantienen una tendencia similar en las distintas localidades. El caso de la 8703 resulta paradigmático debido a que irrumpe en el electorado de su zona de influencia, colocándose como la lista más votada en la localidad de origen, rompiendo con la tendencia general de las listas del FA-EP-NM en el departamento.

<sup>38</sup> Ver en apartado. Entrevista a Yolanda Bel y simpatizantes.

<sup>39</sup> Fuente: Abel Oroño. Datos suministrados por Lucia Selios.



Cuadro 5: Comportamiento electoral en Santa Lucía de las nueve listas más votadas del FA-EP-NM

	8703	609	1001	738	1738	2121	90	99000	77
Total de votos en Santa Lucía	1762	1338	931	686	592	549	487	380	342
% de votos dentro del FA en Santa Lucía	22	16.6	11.5	8.5	7.3	7	6	4.7	4.2
% de votos total en el electorado de Santa Lucía	15.1	11.5	8	6	5	4.7	4.2	3.3	3

Dansilio-Duarte<sup>40</sup> Solo están considerados los votos de 1001 sin sumar los de la 2001, 3001, 6001

Comparando la distribución porcentual de los votos obtenidos por la 8703 a lo largo del departamento y en la ciudad de Santa Lucía respecto a las listas más votadas del FA-EP-NM (cuadro 5 y 6), en el único lugar que adquiere relevancia a nivel electoral es donde Márquez ha conformado personalmente su “*bloque*” en la red. El 33% de los votos obtenidos por la lista 8703 se encuentran en la ciudad de Santa Lucía donde Márquez desarrolla prácticamente la totalidad de su actividad laboral, social y política. Esto adquiere aún más relevancia si consideramos que el padrón electoral de Santa Lucía tiene registrados 11.682 votos válidos, en un padrón departamental de 279.962 votos válidos. En suma, la lista 8703 concentra un tercio de sus votos en una localidad que representa poco más del 4% del padrón electoral del departamento.

Los votos de la 8703 se concentran fundamentalmente en Santa Lucía y sus zonas aledañas. En otras ciudades donde su votación fue significativa se asemeja al comportamiento que tuvo la lista a nivel departamental: en Pando obtiene el 7% de los votos del EP-FA-NM posicionándose como al séptima lista más votada, en Las Piedras obtiene el 1,4% de los votos del EP-FA-NM y ocupa el noveno lugar. En suma, el único lugar donde la lista adquiere relevancia a nivel electoral es donde Márquez ha conformado personalmente su “*bloque*” en la red.

Cuadro 6: Comportamiento electoral de la lista 8703 en las ciudades donde obtuvo mayor cantidad de votos.

	Santa Lucía	Pando	Las Piedras	Canelones	Solymar
Total de votos obtenidos por la 8703	1762	951	430	328	165
% que representa la 8703 en los votos del FA	33	7	1.4	2.8	1
Lugar que ocupo en relación a las otras listas del FA	1	8	9	9	12

Dansilio-Duarte<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Fuente: Abel Oroño. Datos suministrados por Lucia Selios.

<sup>41</sup> Fuente: Abel Oroño. Datos suministrados por Lucia Selios.

Es pertinente destacar que las únicas actividades de campaña electoral realizada por la lista 8703 con miras a elecciones municipales fueron: el reparto de listas y folletería<sup>42</sup> en algunas localidades, “barriadas”<sup>43</sup>, conjuntamente y en el caso particular de Marcos Márquez ser uno de los coordinadores e intermediarios personales entre el candidato a la Intendencia y la población de Santa Lucía. La única publicidad en la prensa era local y se efectuaba mediante entrevistas, ya que la ausencia de propaganda explícita en los medios era prácticamente total.

Su esposa Yolanda describe su actividad social y política de la siguiente manera:

P- “...el por ejemplo es el que va a la comisión de Santa Teresita, no es que participe, pero donde hay reunión el va, por ejemplo en el centro materno hay reunión y el va, por que el dice que a veces las mujeres tienen que atender otras cosas entonces se baña y va...”

N- En el baby fútbol...

P- En todo, mira ahora lo vinieron a buscar para integrar la comisión de Juventud de la Piedras, que están formando un comisión nueva, bueno hoy estuvo ahí.”

Yolanda Bel

También es destacada esta condición por simpatizantes de otras listas de la ciudad de Santa Lucía:

N- “¿Y porqué piensan que en Santa Lucía votó tanta gente esa lista?

R- ... han trabajado en los barrios. Márquez es un tipo que actividad que se hace aunque sea diez minutos está, quedarse pocas veces lo he visto, pero estar, está siempre aunque sea diez minutos. Y digo está, el tipo está ahí siempre y tiene contacto con la gente...”

Simpatizantes

En este escenario la generación de adhesiones sociales a partir de una vinculación directa con la población de la localidad y su reconversión en bases electorales -conformando lo que denominamos como bloques- adquieren aún mayor relevancia para explicar el comportamiento electoral. En estos contextos, la decisión electoral individual se encuentra supeditada a la lógica y el entramado de significados propios de la redes.

### 3.3.2 La exitosa estrategia electoral de Democracia Avanzada

La estrategia electoral del Espacio Democracia Avanzada –Partido Comunista- también tuvo como eje central a los referentes locales y la construcción de redes políticas de apoyo en torno a los mismos. Se buscó obtener el mayor rédito de las individualidades locales que posee dicho sector, a partir de la división de la lista de votación en cuatro sub-listas geo-referenciadas, colocando a los referentes locales como cabeza de cada sub-lista. De esta forma se pretendió generar adhesiones mediante el

---

<sup>42</sup> Ver anexo G . Es particularmente interesante observar en los folletos el espacio que se le otorga en los mismos a la figura del referente y al candidato a la intendencia, que en algunos casos ni siquiera aparece su imagen.

<sup>43</sup> Las “barriadas” fueron la actividad proselitista por excelencia, esta actividad consiste en recorrer junto a las figuras de poder las distintas zonas de cada una de las localidades para dialogar “cara a cara” con los pobladores. Los referentes locales organizan el recorrido e introducen al candidato a intendente en cada dialogo, presentándolo y narrándole las problemáticas particulares de cada uno de sus vecinos.

fuerte vínculo social de los referentes en sus respectivas localidades, a sabiendas que en un contexto donde la política se observa como una actividad “lejana”, se pretendió “acercarla” al votante mediante la asociación de la lista con personas de reconocida militancia y con amplia trayectoria social en cada localidad.

A partir de la lista de votación original -1001- se crearon tres listas más -2001, 31001 y 61001- colocando al frente de las mismas a referentes locales. De esta forma obtuvieron una votación, que los referentes a posteriori de las elecciones destacaban como un éxito, ya que la suma de los votos obtenidos por las cuatro listas -1001, 2001, 31001 y la 61001- superó las expectativas del sector, llegando a obtener un total de 16082 votos en todo el departamento. Estos resultados posicionaron a Democracia Avanzada como la quinta fuerza política del EP-FA-NM en Canelones y la cuarta de la candidatura de Carámbula, ya que Asamblea Uruguay que respaldaba la candidatura de Gallo obtuvo 17395 votos. Un indicador concluyente del éxito de la estrategia electoral del espacio Democracia Avanzada es que lo que la separa en votos de la cuarta fuerza política del Frente Amplio son apenas 1313 sufragios, en un total de votos obtenidos por el Encuentro Progresista de 180659, en un padrón departamental de 279962.

Cuadro 7: Comportamiento electoral de Democracia Avanzada en el departamento.

	1001	2001	31001	61001	Sumatoria de las 4 listas
Total de votos en Canelones	8578	4254	1549	1701	16082
% de votos obtenido dentro del FA	4.7	2.4	0.9	0.9	8.9
% de votos en el electorado total	3	1.5	0.55	0.6	5.7

Dansilio-Duarte<sup>44</sup>

Si observamos la distribución de la votación de cada una de las listas que componen el espacio Democracia Avanzada se presenta claramente la delimitación geográfica de la influencia de cada una de las listas. La 1001 concentra el 79.7% de su electorado en el departamento en la zona que comprende La Paz, Las Piedras, Progreso, Canelones, Santa Lucía y zonas aledañas a estas ciudades. Las tres primeras líneas de la lista la componían individuos que pertenecen a las ciudades mencionadas.

La lista 2001 concentra 95.8 %de sus votos en la zona de Soca, Barros Blancos, Pando y aledaños. En la zona que mencionábamos donde la 1001 concentraba el 79.7% de sus votos, la 2001 obtuvo 11 votos. En el caso de la 31001 concentra el 95.8% de los sufragios obtenidos en la Ciudad de la Costa. Obteniendo 10 votos en la zona de influencia de la 1001 y 32 en la de la 2001. Mientras que la 61001 concentra el 96.7% de sus votos en la zona del Santoral, Sauce, Suárez y Toledo. Obteniendo 23 votos en la zona de influencia de la 1001, 13 en la región de la 2001 y 1 sufragio en el territorio de la 31001.

<sup>44</sup> Fuente: Abel Oroño. Datos suministrados por Lucia Selios.

Cuadro 8: Zonas de influencia y porcentaje de votos de las listas de Democracia Avanzada

	1001 (Zona 1)	2001 (Zona 2)	31001 (Zona 3)	61001 (Zona 6)
Zonas de influencia de la lista.	La Paz Las Piedras Progreso Canelones Santa Lucía, y zonas aledañas	Pando Barros Blancos y aledaños.	Ciudad de la Costa	Santoral, Sauce, Suárez y Toledo.
% de votos en zona de influencia.	79.7%	95.8%	95.8%	96.7%

Dansilio-Duarte

Cuadro 9: Porcentaje de votos de cada lista en la zona de influencia de las otras.

	1001	2001	31001	61001
Zona 1	79.7	0.3	0.6	1.4
Zona 2	8.4	95.8	2	0.8
Zona 3	6.5	2	95.8	0.5
Zona 6	4.8	1.6	0.3	96.7

Dansilio-Duarte

En la entrevista, una referente local de una de las sub-listas del “Espacio Democracia Avanzada”, nos explica la estrategia:

N- ¿A qué le atribuye usted la votación de la 31001, porque mirando los resultados vota muy bien en la Costa y quizás a seis kilómetros al costado....

E- No vota bien.

N- ¿A qué atribuye eso, hasta que punto le puede atribuir eso a la función de ustedes?

E- A la función de nosotros si se lo puede atribuir, depende de cómo trabajemos en cada zona. La 1001 crece, la 1001 está recuperando votos, porque ustedes no se olviden que una vez, por mucho tiempo fuimos la primer fuerza, después vino la ruptura del PC, de gente que se fue, de gente que quedamos luchando, peleando, y ahora hay mucha gente de esa que estuvo ahí como sentada en su casa y han empezado a movilizarse y querer hacer algo. Entonces eso es lo que ha ayudado también a que la 1001 tenga mejor votación.

N- Habían planchas separadas no? Estaba la 61001 y otras dos?

E- Estaba la 21001, la 31001, la 61001 y la 1001.

N ¿Era por zona?

E- Era por zona. En la Costa era la 31001.

N- ¿Por qué hicieron eso?

E- Nosotros hicimos esto porque tomamos a los referentes zonales de los lugares y para votar un referente se tiene que elegirlo y ponerlo en la lista. Si nosotros íbamos los mismos compañeros que fuimos la otra vez en una lista sola, que sacamos una sola banca y los demás compañeros suplentes, cuatro compañeros ediles, ediles era uno de Santa Lucía, Coco Muñoz un veterano del partido, y Marcos Marquez que era por un acuerdo que había, y después se originó en esto que es ahora, que la 1001 fue levantando votos con sus referentes locales.



N- En Sauce por ejemplo Lorenzo..

E- Lorenzo. Ahí tenés un excelente compañero y lo votó muchísima gente.

N- Y en la Costa?

E- Petra Pérez, también muy buena compañera, querida en la zona, respetada.

Estela Pérez

Se observa claramente de las votaciones obtenidas por cada lista la estrategia de dividir en cuatro zonas el departamento para hacer especial hincapié en los referentes locales de cada región. Pero veamos concretamente como operó esta división a través del ejemplo concreto de la 61001.

Esta lista agrupa a militantes de localidades que se encuentran atravesadas por la ruta 6 –de ahí el nombre de 6 1001- donde particularmente resalta uno de la ciudad de Sauce: Lorenzo. La 61001 concentra dentro de Sauce, Suárez y Toledo el 75 % de los votos, territorio que justamente coincide con las zonas de referencia de nuestro referente local, donde la distancia que separa a estas ciudades es aproximadamente 6 kilómetros de distancia. En la entrevista realizada nuestro referente narraba brevemente sus vínculos iniciales con Toledo y Sauce:

“Nací en Montevideo, pero viví solo un año después mi familia se traslado a Toledo, hice la escuela publica, lo que me inserto primariamente en Sauce... nosotros no teníamos la posibilidad de hacer liceo en Toledo por que no había, entonces hice el liceo aquí y eso me hizo de los dos lugares, pero viví en Toledo hasta que me case, me case con una persona de Sauce, a los 26 años me vine a vivir acá así que hace 19 años que vivo en Sauce”

Lorenzo Albin

Actualmente la mayor parte de su actividad social se desarrolla en Sauce, a través de su participación en el comité patriótico, actividades culturales de diversa índole y en la comisión del club de básquetbol de la localidad. La actividad política de Lorenzo en la zona y principalmente en campaña no respondió a los cánones más tradicionales de los caudillos en campaña política – exhibición pública, exposiciones orales grandilocuentes, exhibición junto a figuras de poder, etc.- sino que se focalizó en un tipo de actividades más informales y cotidianas, una forma menos explícita de hacer campaña. No encontramos entonces ante un candidato a edil, que encabeza la lista, con una campaña de “bajo perfil”, que posee una gran inserción social – mediante su actividad social y laboral- y que la lista que encabeza se constituye en la tercera mas votada de Sauce. Su relacionamiento con la ciudad de Toledo es principalmente por sus lazos familiares y por su actividad laboral, así como su vínculo con la ciudad de Suárez. En las localidades implementó la misma estrategia de hacer campaña con un “perfil bajo” pero apelando a todas las conexiones establecidas a lo largo de su vida en estas localidades.

Los ejemplos antes descriptos nos permiten observar en dos casos concretos la influencia de los referentes locales en la captación de adhesiones mediante el establecimiento de conexiones interpersonales, es decir mediante la formación de bloques o redes políticas geo-referenciadas. A partir del trabajo de campo realizado sostenemos que el FA-EP-NM posee escenarios electorales favorables debido a que han logrado construir “colchones” electorales locales a partir de la constitución de redes sustentadas en referentes locales de gran influencia para la comunidad<sup>45</sup>. A través de las entrevistas a los simpatizantes y de lo expresado por los participantes de las actividades de campaña, el estilo de los

---

<sup>45</sup> Sería pertinente observar en las elecciones venideras si el FA-EP-NM capitalizara electoral su rol en las intendencias del interior del país y particularmente los referentes que construyeron a partir del PANES.

caudillos políticos tradicionales -grandilocuentes y distantes- ha experimentado una suerte de deslegitimación en la población. Es pertinente destacar que lo que se encuentra deslegitimado en estos casos es el “estilo” del caudillo, es decir el formato en la presentación pública del candidato y los atributos que se exaltan del mismo, no la manera informal de relacionamiento político. Los referentes de izquierda retoman la práctica política informal, pero desde un formato diferente al viejo caudillo tradicional, estas personas presentan gran vinculación con la comunidad y una gran dedicación a la organización y participación en actividades locales así como una predisposición positiva a un intercambio denso con la comunidad, erigiéndose como bastiones electorales en las elecciones 2005 del FA-EP-NM.

033192



## CAPÍTULO CUATRO

### Atributos y performance de los referentes locales

---

“Sabes la cantidad que ahora me llaman al celular, la cantidad de empresas que están poniendo plata que toda la vida le dieron a los colorados y ahora están preocupados por darnos a nosotros y no es por que les interesa la democracia es por que nos quieren comprar y lo peor de todo que nosotros nos estamos vendiendo (...) mira, si yo hablara las cosas que me ha tocado vivir últimamente... gente que no te ha saludado en toda la vida ahora te ve y se te prende del cuello... (...) yo siempre me pregunto si nosotros no somos iguales y cada vez me convengo mas de que si, sabes lo que pasa que antes de ser blancos, colorados o del frente somos uruguayos y eso mas fuerte que el color político, son mas de 150 años de hacer la cosas de una manera que no la vas a cambiar por una elección... por que en definitiva yo veo y lo que estamos haciendo es sacar a los de ellos para meter a los nuestros, y no debe ser así”

Colaborador de la candidatura<sup>46</sup>

El concepto de “mediación política” es clave para comprender el rol de los referentes locales en su capacidad de articulación entre la localidad y las esferas políticas y/o administrativas departamentales. Las funciones del mediador son intermediar entre las partes interesadas de tal manera que puedan establecer un trato (Knoke 1990:144), esta conexión entre las partes es posible dado que los referentes locales son garantes del vínculo, son el nexo de confianza entre las partes. Esta función fue clave en la campaña electoral y su consiguiente éxito.

En este capítulo analizaremos dos aspectos concretos de los referentes locales. En primer lugar, los atributos necesarios de los referentes locales para que sean considerados como tales y en segundo lugar, los entramados de significados adheridos a su acción mediante el análisis de un caso paradigmático de la performance de un referente local.

#### 4.1. Como identificar a un referente local

Existen dos aspectos fundamentales que definen la condición de referente local. En primer lugar una fuerte vinculación con su comunidad de referencia que le posibilita un intercambio denso con la misma. En segundo lugar su capacidad de resolución de problemas tanto para su comunidad de referencia como para la candidatura a través del capital social que poseen.

##### 4.1.1 Su vinculación con la comunidad

Los referentes locales tienen una fuerte interacción con sus localidades. Ya sea por su antigüedad en la localidad, por su actividad laboral, social, política o por la predisposición personal que presentan, entablan con la población en general un relacionamiento que se extiende mas allá de cualquiera de las características mencionadas. Si bien cada una de ellas no son condición suficiente cada una de las mismas son condiciones necesarias.

---

<sup>46</sup> Ver observación nº 11

La larga data en la zona supone compartir ámbitos de socialización temprana con la mayoría de los individuos de la localidad: desde la escuela o el liceo, grupos de pares, hasta diversos espacios recreativos. Haber compartido historias de vida con los individuos de la localidad -desde conocer sus familias, hasta ser compañeros de un grupo parroquial o salir juntos en una murga local, por citar algunos de ejemplos del trabajo de campo-, genera una serie de vínculos afectivos, un conocimiento interpersonal que se extiende mas allá de la condición que da origen al mismo.

Determinadas profesiones hacen plausible el establecimiento de un relacionamiento multidimensional en la localidad, ya que interconectan al referente con individuos no solo de diverso nivel socio económico, sino que además posibilitan un amplio relacionamiento intergeneracional. De esta forma profesiones como las de médico, profesor, comerciante o peluquero, son frecuentes en los referentes locales. Un médico, referente de una de las localidades visitadas:

M- yo les decía a los compañeros, yo no tengo mucho tiempo para la militancia como antes, pero cuando haya una actividad en la cual si ustedes creen que yo debo participar para que la gente sepa que el Doctor está, que el Dr Dalton siempre está ahí, voy, y de hecho me hacía ver en todas las cosas que tenía importancia que la gente viera que estaba ahí, como estaban otros que era importante que la gente, nuestros pacientes, nuestra gente, viera. Porque el médico, es un personaje, es una persona querida, respetada, es un referente para su gente, para sus pacientes, y bueno si el Dr Dominguez está, si está Pedro, y esto no debe ser malo. Yo siempre creí que los médicos que adherimos y nos mostramos le hacemos buena cosa al Frente, lo ayudamos.

Pedro Dalton

La multiplicación de organizaciones no gubernamentales (ONG) producto de la tercerización de la instrumentación de las políticas sociales, amplió el espectro para que los referentes locales aumentaran su rol social en la comunidad, tanto en lo que respecta a la militancia social como en los recursos que manejan. Los referentes participan en las más diversas organizaciones de la sociedad civil desde clubes de baby fútbol y fútbol profesional, pasando por las comisiones de fomento de las escuelas, organizaciones de fomento de cultura, organizaciones civiles que promueven la recalificación laboral, hasta clubes de pesca, clubes patrióticos, etc.

Su militancia política los hace partícipes tanto de diferentes actividades político partidarias, actos, recorridas, barriadas, etc. como de problemáticas que enfrentan las diversas localidades, cabe destacar que de los once referentes locales entrevistados siete fueron o son actualmente ediles departamentales. De esta forma se encuentran directamente relacionados con las problemáticas de la localidad así como de las posibles soluciones de las mismas.

“Ante los problemas que surgen a nivel departamental en las distintas localidades, los compañeros se comunican telefónicamente o te tratan de ubicar de alguna forma y bueno, vos vas, te acercás a la comunidad de alguna manera, y de esa forma te plantean los problemas o los problemas urgentes que hay que solucionar como la rotura de un caño o de un pozo.”

Pedro Goiti

Otra característica que presentan los referentes, radica en su declarada predisposición hacia las demandas de las personas y su capacidad de posicionarse como potenciales o reales “resolvedores de problemas”. Los referentes destacan permanentemente que personas de la localidad “recurren” constantemente a ellos, lo que claramente ejemplifica una práctica extendida y sedimentada de resolución de problemas por vías informales. Esta práctica es asumida por los referentes como una de



las “obligaciones” que conlleva su función, convirtiéndose este aspecto en uno de los elementos cruciales de su notoriedad pública.

“¿Porqué yo considero que soy una referente local? Te voy a explicar: lo considero porque los vecinos vienen a mi todo el tiempo...”

Estela Perez

“Mira yo atendiendo todos los días la puerta, miren, ya va a caer alguien acá, a sí que lo van a comprobar ustedes”

Yolanda Bel

#### 4.1.2 Las ventajas del capital social.

Los referentes están conectados más allá de los límites de la comunidad: tienen conexiones “hacia dentro” y “hacia fuera”, como sostiene Auyero “el concepto de mediador se refiere al status que funciona como un lazo entre el sistema local y el sistema nacional. (...) Los mediadores “están aquí” y “están allí”; tienen casi similares pertenencias de clase social con sus clientes. Lo distintivo en los mediadores es la cantidad acumulada de capital social” (2001: 105).

Nan Lin (2001) se refiere al capital social como el capital “capturado” a través de las relaciones sociales, en este sentido el capital social es visto como una “ventaja social” – virtud de los actores – en cuanto a conexiones y acceso a recursos dentro de la red o grupo al que se pertenezca. De esta forma, el capital social acumulado por un referente local se vuelve un recurso en sí mismo; recurso generado mediante mecanismos informales, y bajo éstos parámetros es puesto en juego para un objetivo político como son las elecciones.

Los recursos de carácter personal son muy limitados, por lo tanto lo que distingue a este tipo de referentes son los recursos potenciales a los que accede a través de sus conexiones sociales. En cuestiones de índole pública como a las que aspira determinada organización local, el hecho de que uno de sus miembros esté integrado a algún organismo nacional o departamental genera una ventaja para la obtención de recursos: les permite conseguir desde información hasta recursos mas concretos como, un escenario para un espectáculo o la concurrencia de alguna personalidad política o social, por citar algunos ejemplos<sup>47</sup>. Sumadas a este tipo de demandas de índole “colectiva”, existe una serie de demandas particulares que se filtran en las relaciones del mediador con su comunidad, debido a que tiene la posibilidad de canalizarlas informalmente a través de su red de vínculos interpersonales, canalización que en reiteradas ocasiones resulta más efectiva, en términos de resultados, que por las vías formales. De esta forma, los referentes reciben diversas problemáticas a ser resueltas: rotura de calles o de un caño, molestia sonora que provoca un templo umbandista, una denuncia por violencia doméstica, imposibilidad de realizar un trámite o el interés de cobrar el “ingreso ciudadano”, por mencionar algunos ejemplos<sup>48</sup>.

Por otro lado, debido a sus conexiones “fuera de la localidad” tienen una serie de vinculaciones que los ha conectado con representantes políticos de proyección departamental o nacional. Esta relación no solo es útil para el referente, sino que en campaña electoral es un canal de acceso a las diferentes comunidades para la candidatura municipal. Para el objetivo planificado en la primera etapa de la

<sup>47</sup> Ver anexo en apartado. Entrevistas

<sup>48</sup> Ver anexo en apartado. Entrevistas

campana donde se buscaba recorrer todo el departamento, desde las ciudades y sus alrededores hasta los parajes y las zonas rurales, fue crucial contar con las distintas vinculaciones que tanto el candidato como sus suplentes tenían con los referentes en las diferentes localidades, ya que esto les permitió llegar a lugares y a personas que de otra forma hubiese sido imposible conquistar su adhesión.

Este enfoque permite analizar como las conexiones indirectas de pertenecer a una red y/o de la superposición de redes, hace que los individuos se encuentren vinculados a círculos extensos, que implican en reiteradas ocasiones la resolución efectiva o potencial de problemas. Retomando a Lin, “Estableciendo conexiones directas e indirectas es que se puede facilitar el acceso a recursos. A través de lazos directos e indirectos, el capital social de un actor se expande por encontrarse inmerso en una red social. Debido a esto, el capital social es contingente a los recursos inmersos en los lazos directos e indirectos y accesibles a través de estos mismos.” (2001: 44).<sup>49</sup>

Analizaremos entonces al capital social como un “instrumento” de los referentes locales, que lo hace preciado para resolver problemas de su comunidad como para generar adhesiones político partidarias para su candidatura. Nan Lin (2001) menciona cuatro elementos que hacen del capital social un “instrumento”.

- 1. Facilita el flujo de *información* entre las diferentes partes que conecta. La información en este caso, fluye por canales informales construidos a través de líneas vinculantes directas o indirectas, tanto “hacia la candidatura” como “hacia la comunidad”. No obstante la información es solamente uno de los múltiples tipos de recursos que fluyen a través de las conexiones del referente. A modo de ejemplo; la candidatura obtiene información de una zona rural del departamento poco accesible a través del médico de la zona, un individuo que debido a su profesión y a sus intereses personales se encuentra interconectado con los distintos estratos socioeconómicos e intergeneracionales, inmerso en la realidad de la localidad y de sus problemáticas, al mismo tiempo de estar en contacto con las diversas necesidades y expectativas de la población. Esto hace plausible una estrategia de relacionamiento desde la candidatura con la población que se encuentre acorde a las particularidades de esta porción específica del electorado en la campaña, favoreciendo su inserción en la zona. Los individuos de la localidad por otro lado, se ven favorecidos mediante las conexiones del médico Fernando Vidarte, al acceso de diversos recursos y en particular a los relacionados al área de la salud –información, medicamentos, atención primaria y urgencias gratuitas- incluso, últimamente Fernando estuvo a cargo del relevamiento y distribución de la información correspondiente al Plan de Emergencia, participa en una ONG que tiene a su cargo varios grupos en el marco del programa Construyendo Rutas de Salida y Trabajo por Uruguay del MIDES, y es secretario de la Junta Departamental de Cerrillos – Las Brujas .

- 2. Las conexiones sociales generan *influencia* en aquellos individuos que desempeñan roles “críticos” en la toma de decisiones que involucran a más actores. Es decir el estar ligado a distintos actores genera ciertas responsabilidades a la hora de tomar decisiones de índole colectiva. Es por esto que el estar conectado con individuos que ocupen cargos públicos puede generar ventajas en el sentido de la influencia que se puede ejercer en sus decisiones. El candidato a lo largo de la campaña trata de fortalecer y desarrollar una serie de vínculos con personas que si bien le brindan su apoyo, al mismo tiempo lo comprometen implícitamente a tomar futuras decisiones en pro de sus intereses particulares. A su vez la actividad y el conjunto de contactos que se establecen entre los referentes y sus comunidades redundan en una influencia en los periodos electorales, que posibilita la obtención de adhesiones como posibilita a los simpatizantes presionar en busca de soluciones a sus problemáticas.

---

<sup>49</sup> Traducción de los autores.

-3. Las conexiones sociales y el reconocido relacionamiento del individuo es concebido como una “*credencial social*” que refleja el acceso a redes y relaciones sociales. En las actividades esto forma parte de la *performance* del referente: es permanente la búsqueda destinada a mostrar sus vínculos públicamente, tanto en relación a los miembros de la comunidad como a los miembros de la candidatura. Desde la candidatura existe una exaltación de la figura y vinculaciones del referente: se los hace participar de las actividades hablando o subiendo al escenario, se los llama por sus nombres de pila, son notorias las conversaciones efusivas del candidato o algunos de sus suplentes con los referentes locales antes, durante o después de las actividades.

-4. El capital social refuerza la identidad y el reconocimiento mutuo entre los involucrados en las relaciones. Es decir este refuerzo de la identidad redundante en que estos lazos perduren en el tiempo y tengan proyecciones que exceden el ámbito político. Estos vínculos, que en época de elecciones sirven para construir adhesiones partidarias, se fundan en otros elementos como el compañerismo, la amistad, el vecinazgo, la lealtad, etc.

Por último, los posibles recursos a los que se accede por medio del capital social son de diversa índole. Sin embargo, las personas o los grupos depositan en los diversos bienes sentidos y significados distintos. Por lo tanto el valor asignado a los recursos se encuentra signado por la historia, el lugar y las experiencias colectivas de cada grupo, por lo que los ritos y símbolos adheridos a los bienes intercambiados son cruciales para comprender los mismos.

El capital social es crucial para entender el papel de los referentes y el acceso potencial que generan estas conexiones hacia “afuera” y hacia “adentro”, donde conjuntamente al acceso de bienes construyen y fortalecen identidades compartidas y vínculos afectivos. Llegado este punto es pertinente observar como se “vivencia” el intercambio de recursos que supone la reciprocidad de dicha relación y que consecuencias trae para estos actores

#### 4.2 La *performance* del mediador: el intercambio como un acto de solidaridad.

El intercambio en reiteradas ocasiones se vuelve difuso a los ojos del observador externo, a causa de que éste no se percibe como tal, en otras palabras, los individuos que solucionan un problema o realizan un favor no lo conceptualizan como una cuestión puramente estratégica pensando que en el futuro ese favor se convertirá en un voto o algún otro beneficio de interés. Cuando se realiza una acción de este tipo se vivencia en este caso como “desinteresada”, por fines altruistas o por creencias ideológicas.

¿Por qué pensamos que se puede hablar de intercambio? Hay tres elementos que aparecen tanto en las observaciones como en las entrevistas que justifican esta idea: 1. hay demandas realizadas, 2. hay recursos reales o potenciales con los que los que se pueden suplir y 3. Existe la expectativa de la reciprocidad en el favor.

Las demandas son de índole variada –tanto de bienes y servicios públicos como privados-. No obstante y más allá de las características de las mismas, la canalización de estas se instrumenta en una práctica totalmente informal: los detentores de problemas no se dirigen en este caso a la Intendencia o a la Junta Local –los ámbitos formales estipulados para la recepción de algunas de las demandas recabas en el trabajo de campo- sino que, lejos de esto, recurren a la figura del referente local que ofrece un camino mas efectivo y pragmático para la resolución de problemas. Al mismo tiempo los referentes también son los encargados de canalizar o solucionar demandas de índole privada y particularistas



como lo son: la asistencia médica gratuita, el reparto de medicamentos, la realización de trámites fuera de la localidad, acceso a fuentes laborales tanto en la esfera público como el la privada, entre otras. Existen múltiples hipótesis sobre este tipo de intercambios y los motivos por los que se encuentran sustentados. Tanto Boissevain (1999) como Lomnitz (1994) señalan que las redes informales de intercambio se desarrollan al interior de los sistemas formales supliendo sus deficiencias, pero no se limitan a explicar estos sistemas como consecuencia de la escasez de recursos, ambos coinciden en que los vínculos de reciprocidad que permiten el intercambio están anclados en lealtades sociales primarias como el parentesco o la amistad o secundarias como el compañerismo o la pertenencia a grupos sociales.

Ahora bien, cabe preguntarse ¿cuál es la acción preestablecida en el intercambio para que dentro del sub-universo de significados de las redes sea concebido como “un acto de solidaridad”? Auyero (1997) sostiene que difícilmente se pueda detectar empíricamente lo que la clásica literatura sobre clientelismo político afirma: el intercambio de favores por votos. Partiendo de la premisa de que los intercambios son experiencias humanas vividas, sostiene que el conjunto de creencias, presuposiciones, repertorios y hábitos que acompañan a los mismos poseen la misma relevancia que los propios intercambios. Para no caer en el argumento mecanicista de considerar a los mediadores y a los simpatizantes como agentes pavlovianos –votan, concurren a actos y manifiestan públicamente su apoyo en respuesta a estímulos materiales, favores, bienes o gratificaciones simbólicas- se debe explorar concretamente el sistema de representaciones adheridos a los intercambios, la *performance* que públicamente presenta a la distribución de recursos particularista, no como producto de un intercambio recíproco y asimétrico sino como actos de solidaridad mutua. Para esto consideramos pertinente analizar como los mediadores “*se erigen a si mismos como sinónimos de las cosas y sinónimos de la gente*” (Gay, 1997: 183) vinculándose personalmente e implícitamente con la distribución de favores y recursos o con los logros de políticas sociales específicas, ya que estos son elementos centrales en la presentación pública de los “actos de solidaridad mutua”.

A través de un ejemplo concreto recabado del trabajo de campo expondremos tres aspectos centrales de la *performance* de un referente local y la presentación pública del mismo en la distribución de recursos como “actos solidarios”, cruciales a la hora de comprender la construcción de significados compartidos por los participantes de la red.

#### 4.2.1 Personalización de logros no personales: ubicación del mediador en la red.

La obtención de logros colectivos así como políticas exitosas implementadas desde las distintas esferas estatales son plausibles de ser “adueñadas” y personalizadas en nombre de algún actor en especial y en este caso en particular por los referentes locales. Yolanda, la referente en cuestión, manifiesta haber participado en todos los últimos logros que se han conseguido en Santa Lucía, desde la instrumentación -obtención de recursos y organización- de un comedor que atiende a más de 300 personas hasta la organización y la atención en los centros descentralizados de salud. En este punto no es importante el grado o no de influencia en la implementación y desarrollo de estas políticas, lo que nos importa visualizar es como públicamente se presenta como participe y gestora de logros que implican más actores que ella y al colectivo al cual se refiere, sus compañeros de militancia del comité de base.

“Nosotros estamos trabajando en toda el área social...”

“En el momento nosotros tenemos unas 12 mil personas atendiéndose y todos los meses viene alguien más...”



“Bueno acá se logro en acuerdo con la junta y el comedor que la gente que esta realmente mal...esa gente que no iba a comer al comedor, se logro darle la comida al mediodía, ahora llevamos unos 156 en estos días que asumí desde el 8, hay unos 156 nuevos en el comedor, va gente que realmente estaba necesitando y a todos les decimos que es hasta que reciban en plan de emergencia,

Yolanda Bel

El recurso retórico utilizado permite visualizar como se apropia de logros, objetivos y proyectos que exceden ampliamente las funciones y recursos que personalmente posee al igual que los del comité de base que preside. Al mismo tiempo personaliza y ubica en su colectivo de referencia problemáticas, que también exceden sus funciones:

*Ahora el otro problema que tenemos es el Plan de Emergencia que todavía Santa Lucía no ha ido visitada. Hicieron 23 casas la primera vez que vinieron y después no han venido mas, nos hicieron un piquete en la entrada del puente y bueno y hemos tenido reuniones con toda esa gente para irlos frenando pero bueno, nos amenazan con que no nos van a avisar y van a hacer otro piquete. Pero también a nivel de gobierno dijeron que no actuemos, que actué la policía y que ellos se van a encargar, lo declaró Marina y el gobierno también.*

Yolanda Bel

De esta forma magnifica su rol y lo expande simbólicamente mas allá de los recursos que efectivamente posee y canaliza, exaltando sus atributos personales, permitiendo ser concebida dentro de la red como una desinteresada “resolvedora de problemas”, lo que le confiere un reconocimiento social tanto a su actuación como a su “solidaridad”.

#### 4.2.2 Manipulación de la identidad: “yo soy como vos pero no lo soy”.

En un capítulo de la serie Los Simpsons, Homero -el padre de familia- consigue un nuevo trabajo en otra ciudad. En la primera interacción con su nuevo jefe este le dice: “Homero yo no soy tu jefe, estamos trabajando ambos con el mismo objetivo, no me veas como tu superior sino como un igual, aunque tenga un cargo mas importante que el tuyo, tenga un mejor salario, vacaciones mas largas y estos mocasines mas lindos que los tuyos...”. El recurso retórico utilizado por Hank Scorpio - el nuevo jefe de Homero - en la dualidad de su presentación es el mismo que implementa nuestra mediadora. Por una parte afirma vehementemente su pertenencia al los órganos “populares” de participación, “Yo siempre digo que yo soy base, base de comité de base” “siempre digo que yo soy base, que yo soy pueblo y como pueblo me expreso”. Ella afirma pertenecer a dos colectivos que los posiciona en dos planos, antes que nada afirma “ser base”, es decir se integra a un órgano de militancia político partidaria donde destaca que ella es simplemente “una más”; sin embargo no habla en plural, sino en primera persona se posiciona dentro del colectivo. El “ser base” queda subsumido en un colectivo mas amplio como lo es “ser pueblo”. De esta forma la mediadora en cuestión se presenta como “una más”, inserta en “el pueblo” desde un órgano “de base” donde construye y fortalece el imaginario de igualdad entre pares, diluyendo el “yo” en un colectivo, es decir, disolviendo las distancias existentes en la red entre el “resolvedor de problemas” y los “detentadores de problemas”, entre mediadores y simpatizantes.

Bajo el entramado de significados propio de las redes, términos como “compañero” adquieren especial relevancia ya que permite percibir como iguales individuos que ocupan roles diferentes, haciendo plausible uno de los aspectos de la presentación pública de nuestro mediador: somos “base”, somos todos “pueblo,” somos todos “compañeros”, somos todos iguales<sup>50</sup>.

El barrio donde vive es uno de los más carenciados de la ciudad, donde predominan las paredes de chapas y bloques sin revestir, a diferencia de la casa de nuestra mediadora donde destaca por su color amarillo, su techo de tejas, aberturas en madera, garaje, etc. Con esto no pretendemos ni condenar ni juzgar a nadie, lejos, muy lejos de esto lo que pretendemos es dar inicio a la descripción de otra faceta de la identidad de nuestra mediadora; su presentación pública como “resolvedor de problemas”.

La casa de la mediadora, conjuntamente con establecer una diferenciación económica con su entorno próximo, delimita una distinción simbólica. Yolanda hace referencia de forma permanente tanto de su cercanía como la de su esposo con los círculos políticos locales, departamentales y nacionales. En una “barriada” realizada cerca de su hogar<sup>51</sup>, Yolanda, junto con su esposo, es una de las encargadas de introducir al candidato en su presentación pública, presentándolo a los “vecinos” que se acercan –a los cuales conoce por nombre y apellido y viceversa –, golpeando las puertas de las diferentes casas para que sus moradores saluden al “futuro intendente”, así como repartiendo cartelera de la candidatura, acompañado de frases como: “*mira que mañana paso a ver si la colgaste*”. La referente cumple con una de las funciones de su rol de mediación, reducir distancias entre los participantes de la red, así como presentarse públicamente como cercana a la figura de poder.

De esta forma, Yolanda se define como “pueblo”, como una “compañera” mas en relación al resto, al mismo tiempo que sugiere una diferencia con el resto a partir de la relevancia social de su accionar y su cercanía con distintos círculos de poder. De esta forma se erige dentro del entramado propio de significados de las redes como una “resolvedora de problemas”, al mismo tiempo que su vehemente afirmación de ser simplemente una persona mas dentro del colectivo, posibilita dentro de la red, decodificar el intercambio asimétrico y recíproco como un favor entre pares, como un gesto de solidaridad entre iguales.

De esta forma parafraseando a Hank Scorpio la presentación pública de nuestra mediadora se podría resumir de la siguiente manera: “yo soy una compañera mas, estamos trabajando ambos con el mismo objetivo, no me veas como tu superior yo soy pueblo igual que vos, aunque sea la presidenta del comité, mi esposo ocupe cargos de confianza del Intendente y tengamos una relación familiar con él, tenga acceso a recursos que otros no tienen y tenga una casa mas ostentosa que la tuya”.

#### 4.2.3 Sacrificio sin rédito: la solidaridad solidaria.

El tercer y último aspecto a considerar en la presentación pública de Yolanda es su desinteresado trabajo por el bien público. Como referente local destaca, por un lado, su cantidad de actividades y su

---

<sup>50</sup> Auyero citando a De Ipola realiza un análisis para el caso del peronismo: “soy como ustedes, soy también un soldado; soy igual a ustedes, puesto que soy vuestro hermano, pero soy también diferente de ustedes, puesto que soy vuestro hermano mayor, soy, como ustedes un trabajador, pero a diferencia de ustedes, soy el primer trabajador” (1997: 199)

<sup>51</sup> Barriada se le llamó a una de las actividades típicas de la campaña municipal del EP-FA-NM, que consistió en la recorrida a pie del candidato junto a los referentes locales y los simpatizantes por los barrios de las localidades.

constante e incansable trabajo por la sociedad utilizando permanentemente como prefijo auto referencial: “*mi tarea en la sociedad...*”, “*nuestro trabajo en la zona*”. Similares afirmaciones realiza en relación a la permanente recurrencia a su persona por parte de la comunidad como una “revolvedora de problemas”. Concibe su accionar como un “trabajo”, destacando todas las acciones que realiza así como el tiempo y sacrificio que conllevan, en suma los recursos que ofrece para que circulen en la red. Sin embargo en ningún momento hace referencia ni mención al rédito que ella obtiene por su trabajo, al contrario se debe inferir de sus dichos y de su accionar relevado en las observación que todo su “sacrificio”, “tiempo” y “trabajo” es una acción totalmente desinteresada guiada por un interés altruista. De esta forma nuestra mediadora integra en su presentación pública su accionar como un acto de solidaridad, ya que todo su trabajo, sacrificio y tiempo solo tiene por objetivo la distribución de recursos de forma altruista.

De esta forma observamos como el mediador en su presentación pública tiene una pauta de acción preestablecida que hace plausible para los integrantes de la red decodificar el intercambio y la distribución informal y personalizada de recursos como actos únicos de solidaridad entre pares. Los puntos anteriores permiten observar dos aspectos fundamentales para la sustentación de las relaciones particulares entre los miembros de la red. Por un lado, entender el doble juego del broker, es decir su presentación pública como “igual” al mismo tiempo que evidencia su “poder posicional”, resulta útil para entender como estos se erigen como articuladores óptimos de las redes construidas en torno a la candidatura. Por otro lado, el rol que desempeñan implica una actualización de los lazos ente los miembros de la red y el fortalecimiento de sub-universos de significados, vital para el funcionamiento y la perdurabilidad de la misma.

### Uruguay en Latinoamérica.

Los fenómenos políticos analizados no son características exclusivas del proceso democrático uruguayo, lejos de esto, abunda en la literatura estudios sobre estos fenómenos en diversos países latinoamericanos. Existe, en general, una noción relativamente extendida de una suerte de “convivencia y entrecruzamiento” en las democracias latinoamericanas de instituciones formales - como son las elecciones- con instituciones de carácter informal -como lo son las redes de relaciones interpersonales de carácter particularista que sustentan figuras políticas locales como las estudiadas-. Estudios latinoamericanos tratan la temática desde una óptica que se buscó recuperar en este trabajo y que dan cuenta de lo extensivo del fenómeno en la región. Auyero (2001) en su libro *“La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo”* se dedicó a estudiar las redes políticas informales entre los punteros peronistas y sus seguidores en las “villas miserias” argentinas, vinculando tanto necesidades materiales como simbólicas en la construcción de dichas redes, posicionándolas, no como un mal que es necesario erradicar para el desarrollo de una democracia plena, sino como una estrategia de supervivencia legítima en este contexto particular. Por otro lado, Grill (1999), se dedica a estudiar en Brasil la campaña política de dos candidatos y de sus colaboradores o “grandes electores” -una suerte de correlato de nuestros referentes locales-, en las diversas localidades, observando como la construcción de apoyos políticos se encuentra sustentada en identificaciones sociales y geográficas entre los seguidores y los articuladores locales de la candidatura. Un tercer ejemplo de los estudios latinoamericanos sobre la temática, lo constituye Alder de Lomnitz (1994), en una serie de artículos donde explora la “reciprocidad de favores” entre políticos y seguidores en diversos contextos sociales y culturales como en la clase media chilena y en una barriada de la ciudad de México.

Más allá de los matices conceptuales, así como los diferentes contextos donde se desarrollan los trabajos empíricos, surgen varios elementos comunes, entre los que se destaca la fortaleza de las lealtades primarias -cimentadas en un relacionamiento personal, donde la cercanía física y simbólica posibilita el establecimiento de relaciones basadas en la confianza- en la construcción de adhesiones político partidarias. Esto genera sistemas informales de intercambio y reciprocidad, redundando en el fortalecimiento de un sistema de mediación política que se torna clave para la comprensión de la construcción de apoyos electorales y lealtades políticas en Latinoamérica.

### Acerca de la campaña electoral de Marcos Carámbula y el FA-EP-NM

En las contiendas electorales estudiadas se constata una exaltación de las figuras políticas locales, así como estrategias electorales que hacen énfasis en las relaciones “cara a cara” entre las figuras políticas -tanto departamentales como locales - y sus simpatizantes. El contexto local -representado por la ciudad, sus alrededores y la serie de vínculos cotidianos y asiduos que estos espacios conllevan - posibilita a los referentes entablar conexiones “densas” con su localidad. En este marco los apoyos y las adhesiones estuvieron sustentadas en relaciones interpersonales, que implicaban vinculaciones entre los simpatizantes y los referentes locales que excedían la política partidaria propiamente dicha. El doble rol de los referentes hace plausible catalogarlos como mediadores políticos, ya que, articulan las diversas redes tejidas en torno al candidato, reduciendo las distancias -materiales y simbólicas- entre la Política y la Sociedad Civil, entre los candidatos y simpatizantes, entre Marcos y las Marías y los



Juanes. Las relaciones “cara a cara”, constituyen redes de relaciones en torno a la candidatura, cruciales a la hora de construir figuras políticas locales y de su posterior éxito en las urnas.

Los referentes locales a su vez presentan características novedosas a las que presentaban los antiguos caudillos políticos, atributos que los posicionan incluso como promotores particularistas de las ventajas democráticas en la medida que incorporan y amplían los puntos de relacionamiento entre partidos políticos y sociedad civil. Tanto los caudillos como los referentes locales generalmente no poseen recursos materiales propios que puedan distribuir, sino que a través del capital social generado y de las conexiones entabladas hacia fuera y hacia dentro de la localidad vehiculizan el acceso a recursos a sus habitantes. No obstante estos intercambios se encuentran enmarcados en las redes de relaciones sociales donde se desarrollan significados compartidos, lazos afectivos, historias de vida comunes, que redundan en que el intercambio no sea vivido como tal. Al mismo tiempo los referentes locales poseen una performance que los erige ante sus simpatizantes como iguales, presentando sus logros como “actos de solidaridad mutua”, en pro del bien colectivo mediante un sacrificio sin rédito. Frente a un generalizado desencanto de la ciudadanía con los proyectos políticos nacionales en los gobiernos latinoamericanos, se presenta como un aspecto clave el rol de los referentes locales como interlocutores válidos entre la localidad y las instituciones políticas formales, entre lo cercano y cotidiano con lo distante y burocrático. Al decir de un simpatizante de la ciudad de Santa Lucía *“si no podemos arreglar el mundo, por lo menos vamos a arreglar la manzana”*. En suma, reducen las distancias existentes y personalizan vínculos, hasta ahora lejanos y distantes

Estas formas particularistas de interacción política, que se encuentran extendidas en diversos contextos no implican una contradicción con las normas democráticas, ni tampoco son resabios de formas atrasadas en un continente en proceso de modernización. Son formas híbridas, viables y legítimas de relacionamiento político.

#### **En relación a las relaciones informales y el gobierno del FA-EP-NM**

No hay lugar a dudas que la estrategia electoral implementada en las elecciones municipales en Canelones fue un éxito. Sin embargo esta no es monopolio de esta fuerza política, basta observar las recientes elecciones de los jóvenes blancos y particularmente la estrategia adoptada por el diputado Daniel Peña, donde reclutó a jóvenes de diversas localidades del departamento y abrió una lista en veintiséis localidades. El movimiento del diputado mencionado se denomina en PRO, “en PRO es propositivo”, bajo este slogan las actividades electorales realizadas por las veintiséis listas en el departamento debían proponer y realizar actividades sociales en cada localidad, desde quermeses hasta vender rifas para un asilo de ancianos. ¿Futuros referentes locales? El FA-EP-NM debería considerar la necesidad de renovar sus cuadros locales a través de la cooptación de los actuales militantes sociales - ya que los referidos en el presente trabajo se encuentran prácticamente en su totalidad en cargos municipales y específicamente como secretarios de juntas locales- que si bien proporcionalmente deben votar al FA-EP-NM no militan en él. Esto se torna indispensable ya que la heterogeneidad de las formulas no solo debe ser ideológica, profesional o personal, sino generacional y de género, para que el arrastre de las redes mantenga su condición de extensión. Cabe recordar que en este caso el rol del joven lo cumplía un persona de 40 años y la formula la integraban cuatro hombres.

Por último, en la actualidad el gobierno del FA-EP-NM se encuentra diseñando la reforma del Estado donde una de sus insignias en la descentralización. En este marco, y particularmente en Canelones, las

relaciones informales preexistentes en el relacionamiento entre Estado-Partidos Políticos-Sociedad Civil pueden potenciar dicho proyecto aumentando los canales de participación e involucrar a la Sociedad Civil en las esferas de decisión. Sin embargo esto también representa un riesgo, ya que institucionalizar las redes sociales preexistentes puede significar informalizar el funcionamiento institucional, con el consiguiente descrédito frente a aquellos individuos que no participen en dichas redes. De esta manera el gobierno del FA-EP-NM debería considerar conjuntamente al mega proyecto de reforma institucional las micro formas de relacionamiento y las formas de legitimidad que poseen las mismas.

## BIBIOGRAFÍA

---

- ❑ AGUIAR, César. *Elecciones y partidos*. Revista Uruguay Hoy vol 4: Ciedur, 1984
- ❑ AUYERO, Javier. *Estudios sobre el clientelismo político contemporáneo*. En: AUYERO, Javier (Comp.), "Favores por votos". Editorial Losada, Buenos Aires, 1997.
- ❑ AUYERO, Javier. *La doble vida del clientelismo político*. Revista del CLAD. Reforma y Democracia n° 3, 1995.
- ❑ AUYERO, Javier. *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo*. Cuadernos Argentinos. Manantial: Buenos Aires, 2001.
- ❑ BAUDRILLARD, Jean. *Los Objetos*. Editorial tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1971
- ❑ BAUDRILLARD, Jean. *Critica de la economía política del signo*. Editorial siglo XXI, México DF, 1991.
- ❑ BAYCE, Rafael. *Cultura política uruguaya. Desde Batlle hasta 1988*. Fundación de Cultura Universitaria: Montevideo, 1989.
- ❑ BELTRÁN, Miguel. *Cinco vías de acceso a la realidad social*. Alianza: Madrid, 1986.
- ❑ BEZZERA, O. *Bases sociais da prática da corrupção no Brasil*. Departamento de Antropología da UNB. 1993.
- ❑ BOBBIO, Norberto. *El futuro de la democracia*. Fondo de Cultura Económica: México, 1991.
- ❑ BOLSSEVAIN, *El patronazgo en Sicilia*. s/n. 1999
- ❑ BOURDIEU, Pierre. *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Anagrama. Barcelona, 1997
- ❑ CAZORLA, José. *Del clientelismo tradicional al clientelismo de partido; evolución y características*. En: Working papers. Barcelona, ICPS, 1992.
- ❑ CORROCHANO, David. *El clientelismo posmoderno*. En Perfiles Latinoamericanos. Revista Semestral de Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales: México, 2002
- ❑ DELGADO, J. y GUTIERREZ, J. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. 1995.
- ❑ ESCALANTE, Fernando. *Clientelismo y ciudadanía en México*. En revista Análisis Político. 1995.
- ❑ ESCOBAR, Cristina. *Clientelismo y ciudadanía en el departamento de Sucre*. En revista Análisis Político Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales. Número 47. Bogotá, 2002.
- ❑ FALETTI, Tullia; GIORDANO, Verónica y RODRÍGUEZ, Gabriela. *Cuando lo nuevo no termina de nacer... Y lo viejo se resiste a morir*. Reflexiones en torno al problema del clientelismo político en AL. En "Clientes y clientelismo en América Latina" de Falleti, Tullia y otros. UDISHAL: Buenos Aires, 1997.
- ❑ FILGUEIRA, Fernando; GARCÉ, Adolfo; RAMOS, Conrado; YAFFÉ, Jaime. *Los dos ciclos del estado uruguayo en el siglo XX*. En: El Uruguay del siglo XX: la política. Instituto de Ciencia Política. Banda Oriental: Montevideo, 2003.
- ❑ GAY, Robert. *Entre el clientelismo y el universalismo. Reflexiones sobre la política popular en el Brasil urbano*. En: AUYERO, Javier (Comp.), "Favores por votos". Editorial Losada, Buenos Aires, 1997.
- ❑ GEERTZ, Clifford. *La interpretación de las culturas*. Ediatoria Gedisa, Barcelona, 1992
- ❑ GRILL, Igor. *As bases sociais dos compromissos: candidatos, recursos e configuracoes de apoios*. En: Cuadernos de Ciencia Política, n° 3. Universidad Federal de Río Grande do Sur: Porto Alegre, 1999.
- ❑ GRIGNON, C y PASSERON JC. *Lo culto y lo popular*. Editorial La piqueta, Madrid 1992.
- ❑ GOFFMAN, Erving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Editorial Amorrortu, Buenos Aires 1994
- ❑ GONZÁLEZ ALCANTUD, José. *El clientelismo político: perspectiva socioantropológica*. Editorial Antrhopos: Barcelona, 1997.
- ❑ GONZÁLEZ, Luis Eduardo. *Estructuras políticas y democracias en Uruguay*. Fundación de Cultura Universitaria, 1993. GRAZIANO, Luigi. *Clientelismo*. En "Clientes y clientelismo en América Latina" de Falleti, Tullia y otros. Buenos Aires, UDISHAL, 1997.

- ❑ GRAZIANO, Luigi. *Clientelismo*. En "Clientes y clientelismo en América Latina" de Falleti, Tulia y otros. Buenos Aires, UDISHAL, 1997.
- ❑ GRANOVETTER, Mark. *La fuerza de los vínculos débiles*. Revista Política y Sociedad. Análisis de Redes Sociales. Revista de la Universidad Complutense, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología: Madrid, 2000.
- ❑ GUERRINI, Aldo. *El peso político de los intendentes del interior: apuntes para una discusión a la luz de las últimas consultas electorales*. En Elecciones 1999 / 2000. Montevideo: ICP; Banda Oriental, 2000.
- ❑ GÜNES-AYATA, Ayse. *Clientelismo: premoderno, moderno, posmoderno*. En: AUYERO, Javier (Comp.), "Favores por votos". Editorial Losada, Buenos Aires, 1997.
- ❑ HANNEMAN, R. *Introducción a los métodos de análisis sociales*. <http://wizard.ucr.edu>
- ❑ HONNETH, Axel. *Reificación, un estudio en la teoría del reconocimiento*. Editorial Katz, Buenos Aires, 2007
- ❑ KNOKE, D. *Political Network. The structural perspective*. Cambridge University Press, 1990.
- ❑ LANDE, Carl. *Del clientelismo diádico a la política de grupos: notas para una teoría*". En: Fridens, Followers, and Factions. A reader in political clientelism. University of California Press: Brekeley, 1977.
- ❑ LANDÉ, Carl. *La base diádica del clientelismo*. En: Fridens, Followers, and Factions. A reader in political clientelism. University of California Press: Brekeley, 1977.
- ❑ LEAL BUITRAGO, Francisco. *El sistema político del clientelismo*. En "Clientes y clientelismo en América Latina" de Falleti, Tulia y otros. UDISHAL: Bs. As., 1997.
- ❑ LUNA, Juan Pablo. *La política desde el llano*. Instituto de Ciencia Política. Banda Oriental: Montevideo, 2004.
- ❑ LIN, NAN *Social Capital*. Cambridge University Press, 2001
- ❑ LOMNITZ, L. *Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana*. FLACSO, México, 1994
- ❑ MAGRI, Altair. *La llave del triunfo electoral en Mayo 2000: reelección, continuidad y "por la vuelta"*. En Elecciones 1999 / 2000. Montevideo: ICP; Banda Oriental, 2000.
- ❑ MEDARD, Jean-François. "Le rapport de clientèle. Du phénomène social à l'analyse politique". En: Prene Française de Science Politique. 1976.
- ❑ MERTON, Robert. *Teoría y estructura sociales*. Editorial FCE. México. 1964
- ❑ MIERES, Pablo. *Elecciones de 1989: el cambio de sistema de partidos y las adhesiones políticas de los uruguayos*". En: Partidos y electores: centralidad y cambios. Montevideo: CLAEH. 1992
- ❑ MIZA, Gustavo. *Forma, contenido y funcionamiento del vínculo clientelístico en los partidos tradicionales uruguayos: elementos para algunas hipótesis de investigación*. Monografía final de la Licenciatura en Sociología: Montevideo, 1998.
- ❑ O'DONNELL, Guillermo. *Otra institucionalización*. En: La Política, nº2. 1996.
- ❑ Piselli, Fortunata. *Capital social: un concepto situacional y dinámico*. En *Capital social, instrucciones de uso*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires 2003
- ❑ Pizzorno, Alessandro. *Por que pagamos la nafta. Por una teoría del capital social*. En *Capital social, instrucciones de uso*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires 2003
- ❑ PANIZZA, Francisco. *Uruguay: batllismo y después. Pacheco, militares y tupamaros en la crisis del Uruguay batllista*. Ediciones de la Banda Oriental: Montevideo, 1990.
- ❑ PANIZZA, Francisco. *El clientelismo en la teoría política contemporánea*. Cuadernos del CLAEH. Revista Uruguaya de Ciencias Sociales. Segunda serie, año 12, número 44/1987.
- ❑ OROÑO, Abel. *El sistema de partidos en Canelones. ¿Bipartidismo de nuevo tipo?* Documento de trabajo N°45, Departamento de Ciencia Política, Facultad de Ciencias Sociales. Montevideo, 2004.
- ❑ RAMA, Germán. *El club político*. Arca Editorial: Montevideo, 1971.
- ❑ REAL DE AZÚA, Carlos. *Legitimidad, apoyo y poder político. Ensayo de tipología*. Fundación de Cultura Universitaria: Montevideo, 1969.



- RODRIGUEZ, J. *Análisis estructural y de redes*. CIS. Madrid, 1995.
- SIMMEL, George. *Estudios sobre las formas de socialización*. Editorial Espasa- Calpe, Buenos Aires, 1939.
- SIMMEL, George. "el cruce de los círculos sociales. En *Sociología*. Vol. 2 *Revista de Occidente*, Madrid, 1977
- SOLARI, Aldo. *Partidos políticos y sistema electoral*. Fundación de Cultura Universitaria: Montevideo, 1991.
- TROTTA, Miguel. *Las metamorfosis del clientelismo político. Contribución para el análisis institucional*. Espacio Editorial: Buenos Aires, 2003.
- VALLES, Miguel. *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y prácticas de investigación social*. Síntesis Sociológica, 1997.