

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE SOCIOLOGÍA

Clientelismo Político

**La mediación clientelar
y su encubrimiento en las
juntas vecinales de El Alto**

TESIS DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR
EL GRADO DE LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

Postulante: *Grover Tino Suntura Alvarado*
Tutor: *Mgs. Oscar Vargas del Carpio*
Lugar y fecha: *La Paz, octubre de 2014*

LA PAZ - BOLIVIA

E-mail: grovertino@yahoo.com

DEDICATORIA

Esta investigación va dedicado a mi querida madre Genoveva Alvarado Arcani (Q.E.P.D.), a cada uno de los miembros de mi hogar y padrinos que me brindaron todo el apoyo moral y material, durante el desarrollo de esta investigación. ¡Gracias de todo corazón!

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme dado la vida e iluminado, al Lic. Oscar Vargas Del Carpio por haber guiado esta investigación, con sus sabias orientaciones. También agradezco al Lic. Máximo Quisbert Quispe y al tribunal lector, que con sus sugerencias han enriquecido el contenido de ésta investigación.

ÍNDICE

	<i>Pág.</i>
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo Uno	
CONSIDERACIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS	4
1.1. Justificación del tema.	4
1.2. Planteamiento del problema.	5
1.3. Objetivos de la investigación.	5
1.4. Metodología de la investigación.....	6
1.5. Técnicas de investigación.....	7
1.6. Balance del estado de la cuestión.	8
1.7. Formulación de hipótesis.....	13
Capítulo Dos	
LA CIUDAD DE EL ALTO	14
2.1. Demografía.	14
2.2. Empleo y Aparato productivo.	15
2.3. Servicios básicos.	19
2.4. Identidad cultural.....	20
2.5. Fuerzas sociales.....	22
2.6. 16 de Julio III y Villa Adela II.	34
2.7. Comportamiento electoral.	41
Capítulo Tres	
LA CONSTRUCCIÓN DE LAS RELACIONES CLIENTELARES	49
3.1. La mediación clientelar corporativa.	49
3.1.1. Los clientes corporativos.	50
3.1.2. Las estrategias de los clientes corporativos.....	52
3.2. La mediación clientelar personalizada.	56
3.2.1. Los clientes burocráticos.	56
3.2.2. Las estrategias de los clientes burocráticos.	59
Capítulo Cuatro	
LAS FORMAS ENCUBIERTAS DEL CLIENTELISMO POLÍTICO	65
4.1. La prestación posterior.	65
4.1.1. La prestación posterior a clientes corporativos.	66
4.1.2. La prestación posterior a clientes burocráticos.....	68
4.2. El discurso contraclientelar.	71
4.2.1. El discurso desinteresado.....	72
4.2.2. El discurso revolucionario	74
CONCLUSIONES	76
BIBLIOGRAFÍA	78

RESUMEN

El clientelismo corporativo ha ganado mayor relevancia en el nuevo régimen de poder del MAS. Este fenómeno tiende a adaptarse a las nuevas condiciones históricas y opera bajo nuevos mecanismos de encubrimiento más sutiles y sofisticados de dominación política, tanto en la dimensión transaccional como en la dimensión simbólica del clientelismo político. Por un lado, estas relaciones se encubren bajo la forma de arreglo clientelar basada en la prestación posterior (dimensión transaccional) y por el otro, bajo el manto de un discurso contraclientelar desinteresado y revolucionario, fuertemente anclada a la atención de las reivindicaciones sociales y étnico – culturales (dimensión simbólica). Estos nuevos mecanismos de encubrimientos reproducen las viejas prácticas clientelares, que son censuradas formalmente por la opinión pública y por los sujetos involucrados en las relaciones clientelares, pero también son aceptadas como un mecanismo eficaz de resolución de las demandas de los clientes individuales y corporativos. Por eso, las relaciones clientelares son hoy, difíciles de eliminar de la práctica política porque promueven la participación política de los sujetos políticos (personas o instituciones) y siguen siendo un mecanismo relevante de mediación política informal entre el Estado y la sociedad civil, pero también es un mecanismo que degenera el ejercicio de la democracia formal y deliberativa.

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de El Alto, las juntas vecinales jugaron un papel muy importante en la consolidación y desarrollo de las zonas¹. A lo largo del tiempo, estas organizaciones barriales gestionaron la resolución de las demandas de la ciudadanía y gobernaron estos espacios locales, muchas veces, atados a los mecanismos clientelares de dominación política. Muchas investigaciones sostienen que desde sus inicios, las juntas vecinales de El Alto han sido objeto de manipulación e intromisión político partidaria, a través de las relaciones clientelares². Además, desde la recuperación de la democracia en 1982, estas relaciones adquirieron mayor importancia porque – como dice Quisbert – los partidos convirtieron a las juntas vecinales en nuevos espacios de influencia y manipulación en un mercado político en expansión (Quisbert, 2003). A esto habrá que añadir que con la Ley de Participación Popular y la descentralización administrativa de los distritos municipales, las prácticas clientelares de las juntas vecinales de El Alto se han visto ampliamente extendidas y fortalecidas, a nivel local. Sin embargo, durante el periodo turbulento 2000 – 2006, estas prácticas fueron seriamente afectadas por las insurrecciones indígena populares y las nuevas legislaciones democratizadoras. Precisamente, en esta investigación se quiere conocer el funcionamiento del clientelismo corporativo de las juntas vecinales de El Alto, durante este periodo turbulento. Es por esto que éste estudio reviste gran importancia ya que el clientelismo político persiste en nuestra sociedad, bajo nuevos y renovados mecanismos de encubrimiento más sutiles y sofisticados de dominación política.

En el contexto democrático, la imposición de la Nueva Política Económica (NPE)³ dio lugar a la transformación del Estado de bienestar hacia el Estado neoliberal periférico, lo cual trajo como consecuencia el despido de cientos de trabajadores, bajo el engañoso término de la relocalización, la privatización y capitalización de las empresas estratégicas del Estado y la desregulación de los precios y salarios conforme a la economía de la libre oferta y demanda. Posteriormente, con la aplicación de las reformas estructurales⁴, el Estado neoliberal asumió la función de garante de la inversión extranjera y del funcionamiento de la economía de libre mercado, como fuentes de desarrollo y progreso. Desde entonces, el Estado neoliberal pasó a depender de los impuestos y de la cooperación internacional para financiar su funcionamiento y sus políticas, tras desorganizar las fuentes de su autofinanciamiento (Tapia, 2004). No obstante, los procesos de privatización y capitalización de las empresas

¹ En la ciudad de El Alto, el término zona se utiliza como sinónimo de barrio.

² Se entiende por relaciones clientelares al intercambio de bienes tangibles y simbólicos por lealtad y apoyo político, entre los sujetos involucrados en estas relaciones (patrones, mediadores y clientes).

³ La Nueva Política Económica (NPE) fue impuesto por el Gobierno de Víctor Paz Estensoro, a través del D.S. 21060 de 29 de agosto de 1985.

⁴ Se llama así al paquete de reformas neoliberales que promulgó el Gobierno de Gonzalo Sánchez de Lozada (1993 – 1997) como ser: Ley de Capitalización, Ley de Participación Popular, Ley de Reforma Educativa, Ley de Descentralización Administrativa, Ley INRA, etc.

estratégicas del Estado no han logrado reactivar la economía y, lo que es peor, aportaron al fisco “menos de la mitad de lo que anteriormente lo hacía sola YPFB” (Rivero, 2006: 30). La política económica neoliberal favoreció a las empresas multinacionales y dejó al Estado neoliberal en bancarota, sin capacidad de resolver las demandas sociales y neutralizar la insurgencia indígena popular.

A partir del 2000, en Bolivia se produjo una profunda crisis política y de Estado, el campo político se polarizó producto de las luchas por la imposición ideológica y por el poder político. Por un lado, el discurso neoliberal del bloque hegemónico perdió legitimidad y colapsó, al perder la capacidad de generar equilibrio político y desarticular al bloque dominado, y por el otro, el discurso revolucionario anti neoliberal y anticapitalista, fuertemente anclada a las demandas sociales y étnico culturales, se convirtió en el factor aglutinador del bloque nacional popular. Esta nueva matriz idea-fuerza sostuvo la nacionalización de las empresas estratégicas, que en el pasado estuvieron en manos del Estado, y la industrialización de los recursos naturales como fuentes de autofinanciamiento del Estado. El bloque nacional popular logró construir un discurso y un poder contra hegemónico no centralizado sino – como dice Zibechi – horizontal y disperso (Zibechi, 2006). Este contrapoder, sostiene Mamani, se constituye en un poder alterno al propio Gobierno y Estado, lo cual se ha construido desde los mismos barrios, bajo la forma de micro gobiernos barriales (Mamani, 2005). De esta forma, el bloque nacional popular concentró un poder contra hegemónico, construido desde abajo y en contraposición a las redes clientelares, que son construidas desde arriba, desde las elites políticas, en función a los intereses políticos partidarios. El poder contra hegemónico contiene un poder contra clientelar, lo cual ha quebrantado el soporte ideológico del sistema clientelar de los partidos tradicionales (MNR, ADN y MIR) y de sus socios menores (CONDEPA, UCS y MBL), que participaron en las diferentes coaliciones de Gobierno. Según Tapia, en los periodos de crisis política, las relaciones clientelares y prebendales de dominación son seriamente afectadas (Tapia, 2004). La crisis política es también una crisis del sistema de dominación clientelar, ya que las fuerzas sociales y políticas dominadas rebasaron el sistema de dominación hegemónico y alteraron la correlación de fuerzas en el campo político.

En este contexto turbulento, las juntas vecinales de El Alto recuperaron su independencia política y se pusieron a la ofensiva ante la magnitud de las demandas sociales irresueltas y los constantes atropellos por parte de los gobiernos de turno y de las empresas capitalizadas Aguas del Illimani y Eléctropaz, que poco o nada mejoraron la atención de los servicios básicos a la población alteña. Así, en los momentos de rebelión y lucha social, las juntas vecinales de El Alto mostraron gran capacidad de movilización social, en desmedro del sistema clientelar de los partidos tradicionales. Mientras, en los periodos electorales, la Ley de Agrupaciones Ciudadanas y Pueblos Indígenas⁵ y la convocatoria para la Elección de

⁵ La Ley de Agrupaciones Ciudadanas y Pueblos Indígenas N° 2771 fue promulgado por el Gobierno de Carlos Mesa Gisbert el 6 de julio de 2004.

Prefectos de Departamento⁶, como nuevas formas de participación y representación política, dismantelaron de las juntas vecinales de El Alto, el monopolio clientelar de los partidos tradicionales, e indirectamente contribuyeron en la formación del nuevo sistema clientelar, bajo el patrocinio de las nuevas organizaciones partidarias, que emergieron en el campo político. En este contexto, el Movimiento Al Socialismo (MAS) surge de la mano de las luchas sociales y las alianzas corporativas, a través de las relaciones clientelares, los cuales hoy como en el pasado siguen “siendo un mecanismo relevante como medio de articulación entre el estado, el sistema político y la sociedad” (Auyero, 1997: 22). De esta forma, las viejas instituciones clientelares⁷ fueron quebrantadas por las fuerzas populares de acción colectiva y dismanteladas por las nuevas legislaciones democratizadoras. Además, en esta coyuntura política, las ofertas ideológicas y culturales adquirieron mayor aceptación y relevancia en la formación de la opinión pública. Mientras, las ofertas materiales o incentivos selectivos perdieron su capacidad de influencia.

La presente investigación está organizada en cuatro capítulos. *El capítulo uno* contiene los fundamentos teóricos y metodológicos desde el que se abordará la problemática del clientelismo político, como forma de hacer política y de representar las demandas sociales. *El capítulo dos* contiene las características demográficas, empleo, aparato productivo, servicios básicos, perfil cultural, fuerzas sociales y comportamiento electoral de El Alto; en la cual se describe la crisis del sistema clientelar de los partidos tradicionales manejados por la elite dominante criollo – mestizo y la desvinculación de las organizaciones sociales de El Alto de éste sistema de dominación política, a nivel local. *El capítulo tres* tiene como fin conocer las estrategias de construcción de las nuevas relaciones clientelares, a través de la mediación clientelar personalizada y corporativa, bajo el patrocinio de las nuevas organizaciones políticas partidarias, que emergieron en el campo político. *El capítulo cuatro* tiene como fin analizar las estrategias de encubrimiento de las prácticas clientelares de las juntas vecinales de El Alto, tanto en la dimensión transaccional como en la dimensión simbólica del clientelismo político, y la influencia de estas prácticas, en el funcionamiento de la democracia liberal. Finalmente, en las conclusiones se sintetiza los resultados de ésta investigación y muestra con claridad el nuevo rostro del clientelismo político, en esta coyuntura política.

⁶ El Gobierno de Eduardo Rodríguez Veltzé convocó a Elecciones Generales y de Prefectos de Departamento, a través del D.S. N° 28228 y 28229 de 6 de julio de 2005.

⁷ Las instituciones clientelares están formadas por redes de relaciones clientelares, los cuales involucran a personas o instituciones (políticas o sindicales).

Capítulo Uno

CONSIDERACIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS

1.1. Justificación del tema.

A decir a Quisbert, la democracia representativa por más de una década se ha basado en el intercambio del voto por la prebenda, recién desde las Elecciones Nacionales de 2002 se ha visto el aumento del voto de opinión, con esto la manipulación del voto se hace más difícil (Quisbert, *óp. cit.*). En el contexto democrático y neoliberal, la forma clientelar de hacer política y de resolver las demandas de la ciudadanía no ha desaparecido con el aumento del voto de opinión o voto protesta. Al contrario, éste fenómeno persiste en nuestra sociedad como mecanismo de mediación política, a través de las instituciones clientelares, muchas veces, promovida y sustentada por las organizaciones partidarias. Estas instituciones están formadas por redes de clientelas informales y excluyentes, que normalmente operan de forma clandestina y encubierta.

El clientelismo político es un fenómeno diacrónico y versátil, que tiene la cualidad de adaptarse a las nuevas condiciones históricas, pero no es algo inmutable o inquebrantable tal como muestra la literatura clásica sobre clientelismo político sino que es vulnerable al ataque de las fuerzas populares de acción colectiva. Por eso, éste fenómeno puede perder vigencia y desaparecer en unas circunstancias y en otras, puede recuperar fuerzas y reaparecer como el “ave fénix que re-emerge fuerte e intacta de las cenizas” (Merton citado por Auyero, 2001: 203). El fenómeno clientelar involucra a los sujetos políticos ya sean personas o grupos corporativos, que luchan por controlar los espacios de poder político. En este sentido, nuestra propuesta investigativa es desmenuzar los mecanismos de funcionamiento del clientelismo corporativo en las juntas vecinales de El Alto, como forma inherente de hacer política y de representar las demandas de la ciudadanía ante el sistema político y Estado, durante el periodo turbulento 2000 – 2006.

En esta coyuntura política, las juntas vecinales de El Alto fueron politizadas y divididas en dos bloques contrarios y antagónicos. Por un lado, el bloque oficialista vinculado a los partidos de turno y por el otro, el bloque opositor vinculado al bloque nacional popular. En los momentos de rebelión y lucha social, las juntas vecinales opositoras alentaron la resistencia popular y canalizaron las demandas de la ciudadanía hacia el Estado, de forma directa, en desmedro del sistema clientelar de los partidos tradicionales, que perdieron la capacidad de resolver las demandas sociales y neutralizar la insurgencia indígena popular. Contrariamente, en los periodos electorales, las nuevas organizaciones partidarias, que emergieron en el campo político, cooptaron y fragmentaron a las juntas vecinales de El Alto, algunos dirigentes se transformaron en candidatos y otros operaron políticamente como mediadores informales, en función a los intereses políticos partidarios. De esta forma, las juntas vecinales opositoras quebrantaron el viejo sistema clientelar de los partidos tradicionales y promovieron la formación de las nuevas redes de relaciones clientelares, bajo el patrocinio de las nuevas organizaciones partidarias, que emergieron en el campo político.

1.2. Planteamiento del problema.

En la urbe alteña, el crecimiento acelerado de las demandas sociales y las nuevas reglas de la democracia como ser: la Ley de Agrupaciones Ciudadanas y Pueblos Indígenas y la convocatoria para la Elección de Prefectos de Departamento, como nuevas formas de participación y representación política, han desatado nuevos conflictos irresueltos dentro de la estructura de las juntas vecinales de El Alto, durante el periodo turbulento 2000 – 2006. En este contexto, la estabilidad de los dirigentes de las juntas vecinales ha dependido de la capacidad de defender los intereses colectivos de la ciudadanía, a través de las movilizaciones de protesta, y de la capacidad de gestionar obras sociales de beneficio colectivo ante el patrón o estructura estatal, muchas veces, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares. De aquí surge el siguiente cuestionamiento:

¿Cómo intermediaron las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II (zonas elegidas para el propósito de esta investigación) en la resolución de las demandas sociales, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares corporativas, durante el periodo turbulento 2000 – 2006?

1.3. Objetivos de la investigación.

Objetivo general.

- El objetivo central de esta tesis es conocer el funcionamiento del clientelismo corporativo y personalizado en las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II, como mecanismo de intermediación en la resolución de las demandas sociales y como forma de hacer política subordinado al sistema político y Estado, durante el periodo turbulento 2000 – 2006.

Objetivos específicos.

- Describir el contexto social y político en el que emergieron las nuevas redes de clientelas corporativas en las juntas vecinales, después del colapso del sistema clientelar hegemónico de los partidos tradicionales.
- Conocer las estrategias de construcción de las relaciones clientelares corporativas y personalizadas en las juntas vecinales, bajo el patrocinio de las nuevas organizaciones partidarias, que emergieron en el campo político.
- Analizar la reproducción y encubrimiento de las relaciones clientelares corporativas y personalizadas, tanto en la dimensión objetiva o transaccional como en la dimensión subjetiva o simbólica del clientelismo político.
- Analizar la influencia de la mediación clientelar corporativa en el nuevo régimen de poder del MAS y en el ejercicio de la democracia formal y deliberativa.

1.4. Metodología de la investigación.

El método de investigación que se eligió para estudiar las prácticas clientelares de las juntas vecinales de El Alto es el llamado *Estudio de Caso*, porque el clientelismo político es un fenómeno muy complejo, delicado y censurado por la población; incluso por los mismos sujetos involucrados en las relaciones clientelares (patrones, mediadores y clientes). Se cree que sólo mediante este tipo de procedimiento es posible captar las relaciones clientelares, que se tejen a nivel micro social, y comprender las particularidades que presenta cada caso. Además, esta estrategia metodológica permite pesquisar y desmenuzar el intercambio de bienes tangibles y simbólicos, que circula entre los sujetos involucrados en las relaciones clientelares. Sin embargo, esta metodología también tiene algunas desventajas como ser: la dificultad de organizar la abundante información del estudio de caso y la imposibilidad de estructurar explicaciones causales y formular generalizaciones.

Los casos que se eligieron para el propósito de ésta investigación son las zonas 16 de Julio III y Villa Adela II de la ciudad de El Alto. La zona 16 de Julio III se encuentra en el Distrito N° 6 – Circunscripción N° 13 y la zona Villa Adela II se encuentra en el Distrito N° 3 – Circunscripción N° 16, los cuales fueron elegidos por las siguientes razones:

- 1° Estas zonas reflejan la complejidad de la ciudad de El Alto porque la población difiere en términos de procedencia, situación económica, identidad cultural, estatus social, tendencia política, etc. Sin embargo, también comparten algunos problemas comunes y recurrentes como ser: la falta de fuentes de empleo fijo y el deterioro de la calidad de vida de los vecinos, los cuales han sido objeto de manipulación político partidaria, a través de las relaciones clientelares.
- 2° Ambas zonas son consideradas como zonas céntricas y comerciales porque muchos negocios y talleres artesanales desarrollan sus actividades económicas.
- 3° Las juntas vecinales mostraron inestabilidad política y afinidad partidaria, durante nuestro periodo de investigación.
- 4° Además, algunos dirigentes de la junta de vecinos se lanzaron a la arena política, utilizando la plataforma de la organización vecinal.

Los datos recopilados en ambas zonas permitieron contrastar, describir y explicar detalladamente las tendencias más generales del clientelismo político de los casos particulares estudiados. Por esta razón, ésta investigación es de tipo cualitativo y evaluativo. Finalmente, los nombres de las zonas y de las personas informantes⁸ que se mencionan en la presente investigación han sido alterados, pese a la autorización expresa de los mismos, porque nuestro propósito no es aludir a nadie sino comprender la complejidad del clientelismo político, en esta coyuntura política.

⁸ Los informantes anónimos llevan nombres hipotéticos sin apellidos. Mientras, los nombres y apellidos de las principales autoridades políticas y sindicales son verdaderas.

1.5. Técnicas de investigación.

Análisis de documentos.

Los documentos que fueron consultados y analizados son: las notas del trabajo de campo, los libros de acta de las zonas 16 de Julio III y Villa Adela II, los informes y resoluciones de la Fejuve El Alto. Además, se ha revisado la prensa escrita como ser: El Alteño, La Razón y El Diario. La revisión se ha delimitado en función al periodo de estudio (2000 – 2006), que comprende los periodos de rebelión y lucha social (septiembre – octubre de 2003 y mayo – junio de 2005), los periodos electorales (Elecciones Generales de 2002, Elecciones Municipales de 2004, Elecciones Generales y de Prefectos de 2005 y Elección de Representantes a la Asamblea Constituyente de 2006) y los congresos ordinarios de la Fejuve El Alto. Asimismo, se ha revisado la literatura existente sobre la temática del clientelismo.

Observación participante.

Durante el trabajo de campo se ha participado en las asambleas y aniversarios de las zonas 16 de Julio III y Villa Adela II, con el fin de entablar relaciones de amistad con los dirigentes y algunos vecinos. Posteriormente, se sostuvo entrevistas informales a profundidad y con mucha confianza.

En los momentos de rebelión y lucha social, se ha participado en los bloqueos, cabildos y marchas de protesta con los vecinos de las zonas en estudio, en la cual se ha identificado y seleccionado a los líderes del movimiento vecinal, que encabezaron las luchas sociales. De esta forma, se ha observado la relación dirigente – base, los discursos y los mecanismos de movilización sindical. Asimismo, en los periodos electorales, se ha realizado un seguimiento minucioso a los dirigentes y vecinos, que encabezaron las luchas sociales; incluso se participó en sus organizaciones partidarias. De esta forma, se ha observado las ofertas electorales de las organizaciones partidarias hacia las juntas vecinales y la transformación de algunos dirigentes y vecinos, en candidatos o militantes. Sin embargo, al final del trabajo de campo se tropezó con un problema, los informantes que accedieron a puestos de trabajo en la burocracia estatal no quisieron brindar información sobre la distribución de pegas, la selección de beneficiarios, los conflictos entre los socios mediador – cliente, etc. En muchos casos, evitaron conversar sobre el tema, pero cuando estos terminaron su contrato de trabajo y al quedar nuevamente desempleados, recién contaron sobre su paso fugaz en la burocracia estatal y brindaron abundante información. De esta forma, con un poco de paciencia, se completó la información que faltaba y ésta investigación llegó a un feliz término.

Entrevistas informales.

Las entrevistas informales se realizaron a los dirigentes y vecinos de las zonas 16 de Julio III y Villa Adela II, dirigentes y ex dirigentes de la Fejuve El Alto y sub alcaldes, con la finalidad de conocer sus percepciones, opiniones, sentimientos y reacciones sobre determinados temas que convergen a ésta investigación. Los datos obtenidos fueron registrados en notas de campo con el cuidado necesario y se realizó grabaciones sólo en situaciones pertinentes, porque el uso de éste instrumento puede causar malestar y susceptibilidad en los entrevistados.

1.6. Balance del estado de la cuestión.

El clientelismo político.

El clientelismo político es un fenómeno diacrónico y versátil, que persiste en las sociedades contemporáneas. Según Günes-Ayata, el clientelismo político no desaparece en la política moderna, tal como lo preveían los estudios clásicos sobre el tema, sino se ha perpetuado por la tensión entre la esfera pública y privada (Günes-Ayata, 1997). De la misma forma, Auyero sostiene que el clientelismo político persiste ante el desarrollo económico – político y “éste sigue siendo un mecanismo relevante como medio de articulación entre el estado, el sistema político y la sociedad” (Auyero, 1997: 22). Por su parte, O’ Donnell afirma que el clientelismo político perdura como una “institución extremadamente influyente, informal y, a veces, oculta” (O’ Donnell citado por Auyero, 2001: 35). En nuestra sociedad, el clientelismo político persiste como un mecanismo de mediación política informal, lo cual puede ser relevante en unas circunstancias y en otras, poco o nada relevante.

Muchas investigaciones sostienen que el fenómeno clientelar tiene la cualidad de adaptarse a las nuevas condiciones históricas, bajo nuevos mecanismos de dominación política. En esta perspectiva, basado en un estudio realizado en dos favelas de Río de Janeiro – Brasil, Gay introduce una distinción, sostiene que existe una forma de clientelismo “denso” o explícito de favores por votos y otra forma de clientelismo “fino” o institucional más “sutil y sofisticado”. Según Gay, los líderes de los “nuevos movimientos sociales” de los setenta y ochenta lograron convencer a buena parte de la población de que el intercambio explícito de favores por votos actúa en contra de los intereses colectivos de largo plazo, más allá de los beneficios inmediatos. Esta estrategia, afirma Gay, tuvo relativo éxito en desalentar la participación popular en arreglos clientelares “densos”, pero no tuvo el mismo éxito frente a los nuevos mecanismos más sutiles y sofisticados de movilización política. Más concretamente, Gay sostiene que los líderes de los “nuevos movimientos sociales” fracasaron en convencer a la mayoría de la población de que los programas de asistencia gubernamental de cualquier contenido político explícito, – que son escasos y abusan de la miseria de la gente – no deben ser recompensados en las urnas. Esta estrategia, sugiere Gay, es una forma de clientelismo “fino” o institucional (Gay, 1997).

Asimismo, en una investigación sobre la política habitacional en uno de los barrios pobres de reciente asentamiento urbano de Buenos Aires – Argentina, Trotta argumenta que, en el contexto neoliberal y en democracia, las relaciones clientelares persisten como formas finas o institucionales de gestión de políticas públicas, fuertemente instaladas en el poder central. Estas nuevas formas, señala Trotta, legitiman y refuerzan la estructura de dominación política, a escala local (Trotta, 2003). La institucionalización del clientelismo político a través de las políticas públicas es una forma sutil y sofisticada de la intermediación clientelar, en la cual se focaliza a ciertos sectores sociales o espacios territoriales.

Desde otra perspectiva, basado en un estudio realizado en cinco Unidades Básicas del partido justicialista en uno de los barrios de relegación urbana de Buenos Aires – Argentina, Auyero introduce otra distinción, sostiene que el clientelismo político vive una doble vida (esto es, opera en dos dimensiones), una en la circulación de cosas (dimensión transaccional) y otra

en la circulación de creencias y su negación colectiva (dimensión simbólica) (Auyero, 2001; 2005). Las relaciones clientelares operan como conteniendo cosas y creencias, en la cual las cosas circulan acompañadas de creencias y las creencias circulan acompañadas de cosas. Este abordaje permite captar el contenido de las relaciones clientelares y su circulación, tanto en la dimensión transaccional como en la dimensión simbólica del clientelismo político.

La literatura contemporánea sobre clientelismo político acuerda que las relaciones clientelares involucran a patrones, mediadores y clientes, en la cual los socios patrón – cliente intercambian prestaciones y contraprestaciones, con la intermediación del mediador. La prestación es el “favor fundacional”⁹ que proviene del patrón hacia los clientes y la contraprestación es la retribución de los clientes hacia el patrón, como forma de arreglo clientelar. Sin embargo, durante el trabajo de campo se ha podido comprobar que el “favor fundacional” no sólo proviene del patrón hacia los clientes sino también de los clientes hacia el patrón, como forma de contraprestación adelantada. Por lo mismo, existen dos tipos de intercambio clientelar: el intercambio clásico y el intercambio invertido. En el intercambio clásico prestación – contraprestación, el patrón poderoso distribuye favores, bienes y servicios a los clientes como forma de ayuda o cooperación, a través del mediador político, y a cambio los clientes carentes de poder retribuyen con lealtad y apoyo político al patrón como forma de agradecimiento o reconocimiento, a través del mediador político. Mientras, en el intercambio invertido contraprestación adelantada – prestación posterior (variante boliviana), los clientes prestan apoyo político y electoral a favor del patrón y de la estructura partidaria, a través del mediador político, como forma de contraprestación por adelantado, “que se basa en la lógica de asegurar una oferta (o prestación) futura, que consistirá en cargos, obras públicas o acceso a privilegios” (Quisbert, *óp. cit.*: 77-78), en los periodos electorales. Pasada la contienda electoral, el patrón retribuye a algunos clientes con cargos en la burocracia estatal, obras sociales y otros beneficios, a través del mediador político, si es que el partido gana o accede a los espacios de poder político. El intercambio clientelar invertido es una forma sofisticada del clientelismo político, ya que los clientes cubren buena parte de los gastos de la campaña electoral y el patrón no siempre retribuye a todos los clientes con cargos o beneficios posteriores sino que, en muchos casos, los estafa. Este hecho puede desatar fuertes tensiones y conflictos dentro de la estructura clientelar, tal como veremos empíricamente.

En base a éstos aportes, el clientelismo político se define como el intercambio de bienes tangibles (bienes, servicios y recursos económicos) y simbólicos (pautas culturales, valores, símbolos, experiencias, identidades, visiones y creencias ideológicas) por lealtad y apoyo político, que circula entre los sujetos involucrados en las relaciones clientelares (patrones, mediadores y clientes); en la cual el intercambio de bienes tangibles estructura las relaciones clientelares, en la dimensión objetiva o transaccional del clientelismo político, y el intercambio de bienes simbólicos legitima, sostiene y encubre el funcionamiento de estas relaciones, en la dimensión subjetiva o simbólica del clientelismo político.

⁹ El favor fundacional es la ayuda inicial que da origen a las relaciones clientelares (Auyero, 2001).

La intermediación clientelar en democracia.

A decir a Mayorga, desde la recuperación de la democracia en 1982, los partidos desplazaron a los sindicatos en la administración del Estado y se convirtieron en agentes exclusivos de mediación política (Mayorga, 2002). Sin embargo, los sindicatos no perdieron legitimidad ni vigencia frente a las modernas formas de participación y representación partidaria sino, al contrario, se mantuvieron como mecanismos informales de mediación política, porque representaron y canalizaron las demandas sociales hacia el sistema político y Estado, muchas veces, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares. Por eso, si bien los partidos fueron reconocidos como mecanismos de mediación política formal, estos no se legitimaron ante la sociedad, porque “los partidos no han logrado convertirse en mecanismos de mediación política, esto es, en vehículos de canalización de las demandas de la sociedad hacia el Estado” (García, 2004a: 37). En consecuencia, ni los partidos ni los sindicatos se han convertido en agentes exclusivos de mediación política, pero estos conviven y, muchas veces, se complementan, a través de las relaciones clientelares, que hoy como en el pasado siguen siendo “un mecanismo relevante como medio de articulación entre el estado, el sistema político y la sociedad” (Auyero, 1997: 22).

Las relaciones clientelares involucran a personas e instituciones (políticas y sindicales), que en su conjunto forman redes o instituciones informales. Estas instituciones están bastante extendidas en las nuevas democracias (O` Donnell citado por Auyero, 2004), los cuales promueven y fortalecen la participación y representación política, pero también permean y degeneran el ejercicio de la democracia formal y deliberativa. Por eso, las instituciones clientelares no fueron sustituidas ni desplazadas por el moderno sistema político partidario. Al contrario, estas instituciones se han convertido en el soporte de las estructuras partidarias y sindicales. A esto habrá que añadir que las instituciones clientelares están fuertemente marcadas por el colonialismo interno, es decir, por una manera de pensar y actuar en dependencia del Estado. En nuestro caso, las juntas vecinales representaron y canalizaron las demandas de la ciudadanía hacia el sistema político y Estado, a través de la mediación clientelar corporativa, muchas veces, promovida y sustentada por los partidos políticos.

La centralidad del mediador político.

Las relaciones clientelares no pueden ser captadas a través del intercambio de “favores por votos”, que es difícil de comprobar empíricamente, sino a través del intercambio de bienes tangibles y simbólicos por lealtad y apoyo político, que circula entre los sujetos involucrados en las relaciones clientelares (patrones, mediadores y clientes). Estas relaciones, afirma Auyero, “son vistas como arreglos jerárquicos, como lazos de control y dependencia. Son lazos verticales basados en diferencias de poder y en desigualdad” (Auyero, 1997: 24). Efectivamente, las relaciones clientelares son relaciones asimétricas y verticales, que obedecen a una jerarquía de mandos, en la cual el mediador o *bróker* es el agente que intermedia entre el patrón o estructura estatal y los clientes del espacio local, “él actúa como instancia de mediación entre los intereses del patrón y del cliente, distribuye los bienes que el patrón pone a disposición y al mismo tiempo está movilizando y controlando la contrapartida del cliente” (Schröter, 2010: 145). Según Trotta, los mediadores transfieren valores, símbolos e ideologías junto con la transferencia de bienes y recursos de los centros

de poder hacia los clientes (Trotta, *óp. cit.*). Por su parte, Auyero señala que los mediadores distribuyen bienes y servicios a los clientes, a través de los programas de asistencia gubernamental, pero ésta distribución está acompañada por un conjunto de creencias y representaciones simbólicas, que condicionan el intercambio de cosas y ocultan el sistema de dominación política (Auyero, 2001). Los mediadores políticos son los intermediadores entre los intereses de los socios patrón – cliente y pueden facilitar u obstruir el acceso a los bienes tangibles y simbólicos. Mientras, los clientes ya sean individuales o colectivos ocupan la base de la estructura clientelar y se vinculan al patrón, a través de la mediación clientelar personalizada o corporativa. La mediación clientelar es personalizada cuando el intercambio repercute sobre los clientes individuales y es corporativa cuando repercute sobre las organizaciones sociales, que son transformados en clientes corporativos.

Los mediadores también son clientes, pero a diferencia de los clientes individuales o colectivos, estos guardan estrecha relación con el patrón o estructura estatal y tienen influencia a nivel local, porque tienen acumulado mayor capital social y político. Además, los mediadores pueden reclutar y movilizar a los clientes individuales o militantes del partido, a través de la mediación clientelar personalizada, y pueden cooptar y transformar a los dirigentes de las organizaciones sociales en operadores políticos, que representan a los clientes colectivos, a través de la mediación clientelar corporativa. En el caso de las juntas vecinales de El Alto, estas organizaciones operaron como clientes corporativos y, a su vez, como mediadores políticos informales, ya que canalizaron las demandas de la ciudadanía hacia el Estado, de forma directa o indirecta, dependiendo de las circunstancias.

En un estudio sobre clientelismo social, Peralta distingue y diferencia a los mediadores sociales de los mediadores políticos. Según ésta autora, los mediadores sociales pueden gestionar e imponer las demandas de los clientes ante diferentes patrones, mientras los mediadores políticos sólo pueden gestionar ante un sólo patrón y dentro de una estructura partidaria (Peralta, 2006). Desde esta perspectiva, las juntas vecinales de El Alto actuaron como mediadores sociales porque, en los momentos de rebelión y lucha social, gestionaron e impusieron las demandas sociales ante diferentes patrones o estructuras del Estado, de forma directa. Mientras, en los periodos electorales, estas organizaciones actuaron como clientes corporativos y, a su vez, como mediadores políticos informales porque canalizaron las demandas sociales hacia el sistema político y Estado, de manera indirecta, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares. De esta forma, las juntas vecinales de El Alto operaron con doble personalidad y, según la coyuntura política, contribuyeron a la dominación paraestatal o a la resistencia antiestatal.

Las juntas vecinales de El Alto no sólo construyeron redes de relaciones clientelares sino también redes de acción colectiva. Estas prácticas políticas han sido estudiadas desde dos perspectivas. Por un lado, en un estudio realizado sobre la política campesina en el norte colombiano, Escobar sostiene que las luchas del movimiento campesino han disminuido – y en algunos casos hasta eliminado – la subordinación al viejo sistema clientelar, pero involuntariamente han contribuido a la consolidación del nuevo sistema clientelar (Escobar, 1997). Por el otro, Quisbert ha demostrado que a finales de los noventa, en la ciudad de El Alto, los partidos de oposición alentaron las movilizaciones de protesta de las juntas

vecinales, a través de sus adeptos o clientes aspirantes, en desmedro de la hegemonía clientelar del partido oficialista (Quisbert, *óp. cit.*). De la misma forma, Auyero afirma que las “redes (clientelares) no se oponen (a la acción colectiva) sino que están profundamente imbricadas en la *génesis*, en el *curso* y en el *resultado* de muchos episodios de beligerancia” (Auyero, 2004: 68. El énfasis es del autor). La acción clientelar y la acción colectiva pueden ser contrarias o antagónicas en unas circunstancias y en otras, complementarias y mutuamente influyentes, en la cual los mediadores políticos están involucrados en el desarrollo de estas acciones y su participación es influyente y determinante. Estas formas de hacer política son dos caras de la misma moneda, es decir, de la vida política, los cuales deben ser comprendidos como fuentes de producción política ya que cuando estas formas de hacer política entran en funcionamiento pueden conservar o transformar la relación de fuerzas en el campo político.

Concepciones teóricas y categorías conceptuales.

La concepción teórica central que se utilizará en ésta investigación es el llamado *Campo Político* propuesto por Bourdieu. Según este autor, el campo político es el campo de fuerzas donde los sujetos políticos (personas o instituciones) ocupan una posición y luchan por la acumulación de capital político (capital de reputación o reconocimiento más capital simbólico ligado a la manera de ser percibido), por conservar o transformar las relaciones de fuerzas, por el monopolio ideológico (imposición de una visión del mundo), por la manipulación legítima de los bienes políticos y – en última instancia – por el monopolio del poder del Estado (Bourdieu, 2001). Sin embargo, Bourdieu no se preocupa por analizar las relaciones clientelares que tejen los sujetos políticos en las luchas por el poder político. Por eso, el concepto de campo político será readecuado para analizar la mediación clientelar corporativa y personalizada en la realidad alteña.

El concepto de *Mediación Clientelar* será abordado desde los aportes de Weber. Para este autor, el contenido de sentido de la acción en una relación social se llama “orden”, cuando se orienta por máximas (valores o principios), y se puede hablar de la “validez” de éste orden cuando las máximas aparecen en algún grado significativo como obligatorias o modelos de conducta (Weber, 1964). Desde este marco conceptual, la mediación clientelar es vista como un entramado de “significados” supraindividuales que configuran toda la acción social, sin las cuales el sentido, la orientación y la actuación de los sujetos involucrados en las relaciones clientelares estarían privados de posibilidad de comprensión tanto para los sujetos socio-políticos como para los investigadores sociales.

Asimismo, se utilizará el concepto de *Mediador Político* propuesto por Auyero. Según este autor, los mediadores políticos son los agentes que canalizan los recursos del patrón hacia los clientes, y apoyo político y electoral de los clientes hacia el patrón (Auyero, 2001). Los mediadores políticos guardan estrecha relación con el patrón o estructura estatal y poseen mayor capital social (red de relaciones sociales) y político, a nivel local. Por lo general, existen dos tipos de mediadores políticos: los mediadores formales, que están subordinados a un patrón y a una estructura partidaria, y los informales, que operan políticamente desde la cúpula de las organizaciones sociales, estos no se subordinan a la estructura partidaria y pueden vincularse a diferentes candidatos o patrones. En el caso de las juntas vecinales de

El Alto, estas actuaron políticamente como mediadores políticos informales porque operaron al margen de las estructuras partidarias, pero coordinaron acciones con determinados candidatos, en función a los intereses políticos partidarios. Finalmente, se utilizará la noción de *Contraprestación Adelantada* desarrollada por Quisbert, para explicar los favores que prestan los clientes hacia el patrón, a través del mediador político, durante la campaña electoral, y se desarrollará la noción de *Prestación Posterior* para explicar la devolución de favores del patrón hacia los clientes, a través del mediador político, cuando el partido alcanza el poder político, después de la contienda electoral.

1.7. Formulación de hipótesis.

La hipótesis central de esta tesis plantea que las prácticas clientelares de las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II operaron bajo nuevas formas encubiertas como ser: la prestación posterior (dimensión objetiva o transaccional) y el discurso contraclientelar (dimensión subjetiva o simbólica), durante el periodo turbulento 2000 – 2006.

Variable Independiente.

- Las prácticas clientelares de las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II.

Variable Dependiente.

- Operaron bajo nuevas formas encubiertas como ser: la prestación posterior (dimensión objetiva o transaccional) y el discurso contraclientelar (dimensión subjetiva o simbólica), durante el periodo turbulento 2000 – 2006.

Las nuevas relaciones clientelares corporativas y personalizadas fueron construidas bajo el patrocinio de las organizaciones partidarias, que emergieron en el campo político. Estas relaciones mostraron escasa lealtad política, ya que las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II cambiaron de patrones debido a la naturaleza clientelar en que el Estado se relaciona con la sociedad. Así, en los momentos de rebelión y lucha social, las juntas vecinales abandonaron las relaciones clientelares, al desvincularse del sistema clientelar de los partidos tradicionales, manejada por la élite dominante criollo – mestizo. Mientras, en los periodos electorales, las nuevas organizaciones partidarias cooptaron y fragmentaron a las juntas vecinales, en función a los intereses políticos partidarios. Además, en estos periodos, la Ley de Agrupaciones Ciudadanas y Pueblos Indígenas y la convocatoria para la Elección de Prefectos de Departamento, como nuevas formas de participación y representación política, indirectamente contribuyeron en la formación del nuevo sistema clientelar y fortalecieron el funcionamiento de la democracia liberal. En este contexto turbulento, los dirigentes de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II actuaron con doble personalidad, expresada en la conducta, el discurso y la forma de actuar, al momento de defender los intereses colectivos de la ciudadanía y los intereses políticos partidarios.

Capítulo Dos

LA CIUDAD DE EL ALTO

2.1. Demografía.

La ciudad de El Alto¹⁰ es la segunda ciudad más poblada del país, después de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Según el INE Censo Nacional de Población y Vivienda de 2012, el Municipio de El Alto tiene una población de 843,934 habitantes, de las cuales 406,433 (48,16%) son hombres y 437,501 (51,84%) son mujeres; 842,378 (99,82%) se encuentran en el área urbana y 1,556 (0,18%) se encuentran en el área rural. Además, éste censo indica que 524,066 (62,10%) personas tienen de 0 a 29 años y 319,868 (37,90%) tienen 30 y más años de edad (INE, 2014a). Esto quiere decir que la estructura social de la población alteña está compuesta mayoritariamente por gente joven.

En las últimas décadas, la ciudad de El Alto creció vertiginosamente. De acuerdo a los estudios del CENDOP, entre 1976 y 1992 la tasa anual de crecimiento de la población alteña alcanzó a 9,23%, la más alta del país (CENDOP citado por Quisbert, *óp. cit.*: 21). Asimismo, según el INE Censo 2001, entre 1992 y 2001 la tasa anual de crecimiento demográfico de El Alto alcanzó a 5,10%, superior al promedio del Departamento de La Paz (INE, 2004: 1). Finalmente, según el INE Censo 2012, entre 2001 y 2012 la tasa anual de crecimiento intercensal de la población alteña alcanzó a 2,3%, lo cual sigue siendo elevado (INE, 2014b).

EL ALTO: CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO 1938 – 2012 (Cantidad absoluta)		
AÑO	HABITANTES	GRÁFICO
1938	25	
1950	11,000	
1960	30,000	█
1964	45,000	█
1976	95,455	█
1988	307,403	█
1992	405,942	█
2001	649,958	█
2012	843.934	█

FUENTE: Elaboración propia con datos de Fernández, 1993: 8; INE, 2004: 2; INE, 2014a.

¹⁰ El 6 de marzo de 1985, mediante Ley N° 728, el Congreso Nacional creó la Cuarta Sección Municipal de la Provincia Murillo del Departamento de La Paz, con su capital El Alto de La Paz, y el 26 de septiembre de 1988, mediante Ley N° 1014, el Congreso Nacional elevó a rango de ciudad a la capital de la Cuarta Sección Municipal de la Provincia Murillo del Departamento de La Paz, a partir de ese momento es la ciudad de El Alto. Por Ordenanza Municipal 065/2002 del 29 de mayo de 2002, el Municipio de El Alto se dividió políticamente en 9 distritos, 8 urbanos y 1 rural. Actualmente, el Municipio de El Alto cuenta con 14 distritos, 9 urbanos y 5 rurales (GOBIERNO MUNICIPAL, 1995; PAR – EL ALTO, 2005; WIKIPEDIA, 2014).

La urbe alteña creció vertiginosamente de la mano de la migración campesina y minera provocada, principalmente, por la crisis económica de los ochenta y la imposición de la política económica neoliberal, que liquidó los empleos formales y aceleró el crecimiento de la economía informal. A esto habrá que añadir el traslado de cientos de habitantes de la ciudad de La Paz producto del efecto “rebalse” y, en menor proporción, del interior y exterior del país; los cuales jugaron un papel muy importante en la consolidación y desarrollo de ésta joven ciudad. Según el INE Censo 2012, del total de la población alteña, 661,456 (78,38%) personas nacieron en El Alto, 178,330 (21,13%) en otro lugar del país y 4,148 (0,49%) en el exterior (INE, 2014a). De acuerdo a los estudios del PAR – EL ALTO, la población alteña está compuesta mayoritariamente por migrantes de segunda, tercera y cuarta generación, es decir, por descendientes de migrantes (PAR – EL ALTO, 2005). La estructura social de la población alteña está configurada por multiplicidad de procedencias. Por eso, El Alto es una ciudad compleja y heterogénea.

Los principales factores que alentaron el rápido crecimiento demográfico de la ciudad de El Alto fueron: la pujante economía alteña, la cercanía a la sede de Gobierno (La Paz), la vinculación al eje troncal y las expectativas laborales y de progreso. Sin embargo, éste fenómeno trajo como consecuencia la acumulación y explosión de las demandas sociales como ser: la falta de fuentes de empleo fijo y la falta de cobertura y mejoramiento de los servicios de agua potable por cañería, red de energía eléctrica, alcantarillado sanitario, red de gas domiciliario, salud, educación, etc. Durante el periodo turbulento 2000 – 2006, estas demandas irresueltas desataron fuertes tensiones y conflictos entre las organizaciones sociales de El Alto, el sistema político y el Estado.

2.2. Empleo y Aparato productivo.

Con el crecimiento acelerado de la población alteña también creció el mercado local, es decir, aumentaron las necesidades de vivienda, alimentos, transporte, prendas de vestir, etc. La atención a estas necesidades primarias no proviene del sector formal y estatal de la economía sino del sector informal, que absorbe en mayor proporción a la población trabajadora de El Alto. Más concretamente, la población ocupada de El Alto, que no cuenta con puestos de trabajo fijo, en muchos casos, se auto emplearon, es decir, crearon sus propias fuentes de trabajo en el sector informal, a través de las actividades “a cuenta propia”, principalmente, en el sector del comercio, transporte y producción ligada a los talleres artesanales de subsistencia. Estas actividades económicas se caracterizan por la masiva participación de mujeres y la privación de beneficios sociales.

Según el Censo de Población y Vivienda de 2001, la Población Económicamente Activa de El Alto es de 127,303 personas, de las cuales 9,062 (7,12%) se encuentran desempleadas y 118,241 (92,88%) se encuentran ocupadas, y entre la población trabajadora de diez años y más de edad, 100,419 (47,20%) son obreros o empleados, 87,157 (40,97%) son trabajadores por cuenta propia, 5,518 (2,59%) son patrones, socios o empleadores, 480 (0,23%) son cooperativistas de producción, 5,787 (2,72%) son trabajadores familiares aprendices sin remuneración y 13,370 (6,28%) no especificaron su ocupación (INE, 2004: 7).

Asimismo, según el INE Censo 2012, la Población Económicamente Activa de El Alto es de 382,575 personas, de las cuales 8,495 (2,22%) se encuentran desempleadas y 374,080 (97,78%) se encuentran ocupadas, y entre la población trabajadora de diez años y más de edad, 161,461 (42,95%) son obreros o empleados, 162,436 (43,21%) son trabajadores por cuenta propia, 10,920 (2,90%) son empleadores o socios, 11,176 (2,97%) son trabajadores familiares sin remuneración, 5,228 (1,39%) son trabajadores del hogar, 180 (0,05%) son cooperativistas de producción o servicios, y 24,551 (6,53%) no especificaron su ocupación (INE, 2014a).

EL ALTO: POBLACIÓN OCUPADA DE 10 AÑOS Y MÁS DE EDAD POR SITUACIÓN DE EMPLEO (Cantidad absoluta y relativa)		
CATEGORIA	CENSO 2001	CENSO 2012
OBRERO O EMPLEADO	100,419; 47,20 %	161,461; 42,95 %
TRABAJADOR POR CUENTA PROPIA	87,157; 40,97 %	162,436; 43,21 %
EMPLEADOR (A)/SOCIO (A)	5,518; 2,59 %	10,920; 2,90 %
TRABAJADOR FAMILIAR SIN SUELDO	5,787; 2,72 %	11,176; 2,97 %
TRABAJADOR (A) DEL HOGAR	S/D	5,228; 1,39 %
COOP. DE PRODUCCIÓN/SERVICIOS	480; 0,23 %	180; 0,05 %
SIN ESPECIFICAR	13,370; 6,28 %	24,551; 6,53 %
TOTAL	212,731; 100 %	375,952; 100 %

FUENTE: Elaboración propia con datos del INE, 2004: 7; INE, 2014a. Estos datos corresponden al Censo 2001 y 2012.

En los últimos años, el sector informal de El Alto mostró un elevado crecimiento producto de la falta de fuentes de empleo fijo y la pobreza de masas. Según el INE Censo 2001, 312,807 (49,30%) personas que viven en el Municipio de El Alto son pobres, 111,697 (17,60%) son extremadamente pobres y 210,031 (33,10%) no viven en condición de pobreza (INE, 2004: 2). Este censo muestra que en el año 2001, casi 7 de cada 10 habitantes de El Alto vivían en situación de pobreza, es decir, tenían sus Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI). Sin embargo, ésta situación ha cambiado según el INE Censo 2012, ya que si bien los índices de pobreza en el Municipio de El Alto siguen siendo elevados, estos bajaron de manera considerable al igual que el desempleo.

La Población Ocupada de El Alto en su mayoría desarrolla sus actividades económicas en el sector informal, que ha mostrado un elevado crecimiento. Según el INE Censo 2012, 72,527 (19,39%) trabaja en la industria manufacturera, 34,739 (9,29%) trabaja en la construcción, 103,565 (27,69 %) trabaja en el comercio (al por mayor y menor) y reparación de vehículos, 33,379 (8,92%) trabaja en el transporte y almacenamiento, 21,095 (5,64%) trabaja en actividades de alojamiento y de servicios de comida, 46,921 (12,54%) trabaja en el servicio público, 41,220 (11,01%) en otras actividades y el 20,634 (5,52%) no especifica su ocupación laboral (INE, 2014a).

EL ALTO: ACTIVIDADES ECONÓMICAS (Cantidad absoluta y relativa)	
ACTIVIDAD ECONÓMICA	CENSO 2012
AGRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA Y PESCA	9,164; 2,45 %
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	2,142; 0,57 %
INDUSTRIA MANUFACTURERA	72,527; 19,39 %
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO	382; 0,10 %
SUMINISTRO DE AGUA, EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES, GESTIÓN DE DESECHOS Y DESCONTAMINACIÓN	369; 0,10 %
CONSTRUCCIÓN	34,739; 9,29 %
COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR, REPARACIÓN DE VEHÍCULOS	103,565; 27,69 %
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	33,379; 8,92 %
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIOS DE COMIDA	21,095; 5,64 %
INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES	4,969; 1,33 %
ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS	2,273; 0,61 %
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	201; 0,05 %
ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	7,680; 2,05 %
ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO	5,341; 1,43 %
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, DEFENSA Y PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN OBLIGATORIA	11,653; 3,12 %
SERVICIOS DE EDUCACIÓN	19,354; 5,17 %
SERVICIOS DE SALUD Y DE ASISTENCIA SOCIAL	8,672; 2,32 %
ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, DE ENTRETENIMIENTO Y RECREATIVAS	2,786; 0,74 %
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS	7,138; 1,91 %
ACTIVIDADES DE LOS HOGARES PRIVADOS COMO EMPLEADORES, ACTIVIDADES NO DIFERENCIADAS DE LOS HOGARES COMO PRODUCTORES DE BIENES Y SERVICIOS COMO USO PROPIO	5,981; 1,60 %
SERVICIOS DE ORGANIZACIONES Y ÓRGANOS EXTRATERRITORIALES	36; 0,01 %
SIN ESPECIFICAR	20,634; 5,52 %
TOTAL	374,080; 100

FUENTE: Elaboración propia con datos del INE, 2014a. Estos datos corresponden al INE Censo de 2012. <http://datos.censosbolivia.bo/binbol/RpWebEngine.exe/Portal?&BASE=CPV2012COM> (31/03/2014).

Estos datos muestran que en el Municipio de El Alto, la mayoría de la población trabajadora de El Alto desarrolla sus actividades económicas en el sector informal y trabajan en condiciones precarias, incluso a diario podemos observar a decenas de niños y niñas menores de diez años trabajando como voceadores, vendedores, lustrabotas y otros, con el fin de contribuir a la economía de sus hogares.

En los periodos electorales, la falta de fuentes de empleo fijo ha sido politizado por los partidos políticos y las agrupaciones ciudadanas, que emergieron en el campo político, los cuales promovieron la construcción de nuevas redes de clientelas, en función a la oferta de puestos de trabajo formal en la burocracia estatal a cambio de lealtad y apoyo político. Estas organizaciones partidarias (como si fueran agencias de empleo) generaron ciertas expectativas de acceso a pegas y a otros privilegios, con el fin de engatusar a los electores carentes de fuentes de trabajo fijo y transformarlos en clientes burocráticos, tal cual demostramos empíricamente en los siguientes capítulos.

El aparato productivo de El Alto está compuesto mayoritariamente por los talleres artesanales de subsistencia, fuertemente basado en el trabajo familiar. Según los resultados del primer censo de establecimientos industriales realizado por la Cámara de Industria y Comercio, en la ciudad de El Alto existen 5045 establecimientos productivos, de los cuales 4,571 (90,60%) son micro emprendimientos artesanales o talleres familiares de subsistencia, 390 (7,73%) constituye la pequeña industria, 50 (0,99%) la mediana industria y 34 (0,67%) la gran industria. Además, éste censo indica que 16,959 personas trabajan en los establecimientos productivos de El Alto, de las cuales 7,982 (47,07%) trabajan en los micro emprendimientos familiares, que ocupan de 1 a 4 trabajadores; 2,913 (17,18%) en la pequeña industria, que ocupan de 5 a 19 trabajadores; 1,452 (8,56%) en la mediana industria, que ocupan de 20 a 49 trabajadores; y 4,612 (27,19%) en la gran industria, que ocupan de 50 y más trabajadores (El Alteño, 8 y 31/10/2004: 7).

EL ALTO: ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES Y FUENTES DE EMPLEO (Cantidad absoluta y relativa)		
CATEGORIA	INDUSTRIA	EMPLEO
MICRO	4,571; 90,60 %	7,982; 47,07 %
PEQUEÑA	390; 7,73 %	2,913; 17,18 %
MEDIANA	50; 0,99 %	1,452; 8,56 %
GRANDE	34; 0,67 %	4,612; 27,19 %
TOTAL	5045; 100,00 %	16959; 100,00 %

FUENTE: Elaboración propia con datos del periódico El Alteño, 8 y 31/10/2004: 7. Estos corresponden a la Cámara de Industria y Comercio.

Los talleres artesanales son la base del incipiente aparato productivo local. Sin embargo, durante el periodo turbulento 2000 – 2006, éste sector ha sido abandonado por el Estado neoliberal y olvidado por los Gobiernos de turno, que en lugar de fomentar el desarrollo de éste sector impulsaron la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (ALCA). Esta medida económica iba en contra del aparato productivo local y de las fuentes de trabajo, principalmente, en desmedro de los talleres artesanales de subsistencia. Además, estos micro emprendimientos familiares no tienen la capacidad de competir en igualdad de condiciones con las gigantescas empresas multinacionales, que pueden producir los mismos productos que se producen en el mercado local y a bajos precios. Por eso, las organizaciones sociales de El Alto rechazaron la firma del ALCA y se rebelaron en contra del Estado neoliberal y de los Gobiernos de turno, que perdieron la capacidad de resolver y neutralizar el crecimiento de las demandas sociales, a través de las relaciones clientelares y prebendales.

En síntesis, la economía alteña está fuertemente basada en la economía informal y su crecimiento ha fortalecido a los sindicatos gremiales, que mostraron gran capacidad de convocatoria y movilización social en contra de la política neoliberal de los gobiernos de turno, en los momentos de rebelión y lucha social.

2.3. Servicios básicos.

En la urbe alteña, las empresas capitalizadas Aguas del Illimani y Eléctropaz, que prestaban los servicios de distribución de agua potable y energía eléctrica, respectivamente, poco o nada mejoraron la atención de estos servicios a la población. Según el INE Censo Nacional de Población y Vivienda de 2001, el Municipio de El Alto cuenta con 165,320 (100%) hogares, de los cuales el 14,1% no tiene red de agua potable, el 36,8% no tiene alcantarillado sanitario y el 14,8% no tiene red de energía eléctrica (La Razón, 29/09/2003: A8). Asimismo, según el INE Censo 2012, en el Municipio de El Alto se registraron 255,498 (100%) hogares, de los cuales 32,348 (12,66%) no tiene red de agua potable, 22,335 (8,74%) no tiene red de energía eléctrica, 254,084 (38,88%) no tiene red de gas domiciliario y 45,034 (17,63%) no tiene el servicio de recojo de basura. Además, éste censo indica que de 200,823 casos, 38,793 (19,32%) no tienen desagüe al alcantarillado sanitario (INE, 2014a).

EL ALTO: HOGARES SIN SERVICIOS BÁSICOS (Cantidad absoluta y relativa)		
SERVICIO BÁSICO	CENSO 2001	CENSO 2012
RED DE AGUA POTABLE	■ 14,1 %	■ 32,348; 12,66 %
ALCANTARILLADO SANITARIO	■ 36,8 %	■ 38,793; 19,32 %
RED DE ENERGÍA ELÉCTRICA	■ 14,8 %	■ 22,335; 8,74 %
RED DE GAS DOMICILIARIO	S/D	■ 254,084; 38,88 %
RECOJO DE BASURA	S/D	■ 45,034; 17,63 %

FUENTE: Elaboración propia con datos de La Razón, 29/09/2003: A8; INE, 2014a. Estos datos corresponden al Censo 2001 y 2012.

Estos datos muestran que en el Municipio de El Alto, la atención de los servicios básicos sigue siendo precaria y deficitaria, lo cual no ha mejorado con la capitalización de las empresas Aguas del Illimani y Eléctropaz ni con la estatización de los mismos, debido a la creación de nuevos asentamientos barriales. Durante el periodo turbulento 2000 – 2006, las juntas vecinales de El Alto se rebelaron ante los constantes atropellos por parte de las empresas capitalizadas Aguas del Illimani y Eléctropaz, que poco o nada mejoraron la atención de los servicios básicos a la población alteña. De acuerdo a los estudios del PAR – EL ALTO, los distritos 7, 8 y 9 presentan menor cobertura de los servicios de agua potable, alcantarillado y energía eléctrica (PAR – EL ALTO, *óp. cit.*). En este periodo, la empresa capitalizada Aguas del Illimani no amplió ni mejoró la cobertura de los servicios de agua potable y alcantarillado y, lo que es peor, incrementó las tarifas de consumo del líquido elemento, de forma desmedida y arbitraria. Por eso, las juntas vecinales de El Alto demandaron la salida o expulsión de ésta empresa multinacional y promovieron la creación de la Empresa Pública y Social de Agua y Saneamiento (EPSAS). De la misma forma, la empresa capitalizada Eléctropaz no amplió la cobertura del servicio de energía eléctrica a las zonas periféricas de reciente creación y aumentó las tarifas de consumo de éste recurso energético, en desmedro de la magra economía de la población.

En el caso de recojo de basura, éste servicio no ha mejorado con la contratación de las empresas extranjeras. Según los informes y resoluciones del XIII y XIV Congreso Ordinario de la Fejuve El Alto¹¹, los congresistas demandaron que los distritos municipales se hagan cargo del recojo de basura, lo cual no se hizo realidad. Finalmente, después de los acontecimientos de septiembre y octubre de 2003, la empresa estatal Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos (YPFB) realizó instalaciones de redes de gas domiciliario, de forma masiva; aunque, al principio, la distribución de los cupos de instalación desató fuertes tensiones y conflictos entre las juntas vecinales de El Alto y la empresa estatal YPFB. Sin embargo, éste servicio ahora es accesible para la mayoría de las familias alteñas.

2.4. Identidad cultural.

La ciudad de El Alto se conoce también como la capital del mundo aymara porque la mayoría de la población se autoidentifica con el pueblo o nación aymara. Según el INE Censo Nacional de Población y Vivienda de 2001, en el Municipio de El Alto, 291,977 (74,25%) personas de quince años y más de edad se auto identificaron con el pueblo aymara, 25,025 (6,36%) con el pueblo quechua, 2,666 (0,68%) con otro pueblo originario y 73,556 (18,75%) no se autoidentifica con ningún pueblo originario (INE, 2004: 3). Asimismo, según los resultados del INE Censo 2012, en el Municipio de El Alto, 383,573 (81,84%) personas se auto identificaron con el pueblo aymara, 15,811 (3,37%) con el pueblo quechua, 5,150 (1,10%) con otro pueblo originario y 64,141 (13,69%) no se autoidentifica con ningún pueblo originario (INE, 2014a).

EL ALTO: AUTOIDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN CON PUEBLOS ORIGINARIOS O INDÍGENAS (Cantidad absoluta y relativa)		
PUEBLO ORIGINARIO	CENSO 2001	CENSO 2012
AYMARA	291,977; 74,25 %	383,573; 81,84 %
QUECHUA	25,025; 6,36 %	15,811; 3,37 %
OTRO NATIVO	2,666; 0,68 %	5,150; 1,10 %
NINGUNO	73,556; 18,75 %	64,141; 13,69 %
TOTAL	393,224; 100,00 %	468,675; 100,00 %

Fuente: Elaboración propia con datos del INE, 2004: 3; INE, 2014a. Estos datos corresponden al Censo Nacional de Población y Vivienda de 2001 y 2012.

En el Censo 2012 se destaca el aumento de la auto identificación de la población alteña con el pueblo o nación aymara y la disminución de las personas que no se auto identifican con ningún pueblo originario. Este fenómeno se debe a los procesos revolucionarios que vivió la

¹¹ Informes y Resoluciones del XIII y XIV Congreso Ordinario de la Fejuve El Alto aprobado el 11 de julio de 2004 y el 2 de abril de 2006, respectivamente.

población alteña, en los últimos años, y a la interpelación étnico-cultural del líder indígena y Presidente de Bolivia don Juan Evo Morales Ayma, los cuales fortalecieron la identidad cultural aymara de la población alteña.

La población alteña es muy diversa o heterogénea, pero con fuerte presencia del pueblo o nación aymara. De acuerdo a los estudios del PAR – EL ALTO, la población alteña está configurada por multiplicidad de procedencias, que en su mayoría comparten la matriz de las culturas andinas (PAR – EL ALTO, *óp. cit.*). En la actualidad, la cultura andina es ampliamente compartida en la urbe alteña, pero a lo largo del tiempo ésta cultura ha sido marginada por la cultura occidental, que es compartido por sectores minoritarios de clase media. Estos sectores radican en las zonas acomodadas como ser: Villa Adela, 1° de Mayo, Viviendas de Río Seco y Ciudad Satélite (Quisbert, *óp. cit.*). Sin embargo, la clase media no sólo comparte y reproduce los valores de la cultura de origen sino también practican algunos principios o valores de la cultura andina, en los diferentes eventos sociales. De esta forma, la cultura andina tiende a influir en los sectores acomodados, que comparten la matriz de la cultura occidental; aunque también es cierto que los valores de la cultura occidental tienden a reproducirse en los sectores populares de la población alteña, que comparten y reproducen la matriz de la cultura andina. Según Guaygua, la población joven de El Alto es el sector que con más facilidad adopta algunas propiedades de la cultura occidental como ser: la moda, la música, el baile, etc. Sin embargo, éste autor sostiene que cuando los jóvenes adquieren la mayoría de edad tienden a recuperar y reproducir los valores de la cultura andina (Guaygua, 2000). La cultura andina y la cultura occidental, muchas veces, atraviesan sus fronteras y conviven en permanente conflicto.

En el contexto democrático y neoliberal, la cultura andina se ha constituido en uno de los factores influyentes en los procesos políticos. Así, durante la década de los noventa, los partidos neopopulistas Conciencia De Patria (CONDEPA) y Unidad Cívica Solidaridad (UCS) utilizaron como estrategia política las reivindicaciones étnico-culturales, el discurso contestatario antimperalista y las prácticas asistenciales, con el fin de interpelar a los sectores populares históricamente excluidos del poder (Mayorga, *óp. cit.*; Quisbert, *óp. cit.*). Estos partidos, argumenta Quisbert, contribuyeron en la construcción de la identidad cultural del migrante andino (Quisbert, *Ibíd.*).

Durante el ciclo rebelde 2000 – 2005, el Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR) y, posteriormente, la agrupación ciudadana Plan Progreso (PP) de José Luis Paredes utilizaron los valores y símbolos de la cultura aymara representada en la cholita Berta Acarapi (Concejal del MIR y, posteriormente, del PP) y las prácticas asistenciales, que fueron heredadas de los partidos neopopulistas. Sin embargo, estas estrategias políticas no lograron neutralizar la insurgencia indígena popular ante el acelerado crecimiento de las demandas sociales. Posteriormente, los partidos Movimiento Indígena Pachakuti (MIP)¹² de Felipe

¹² El Movimiento Indígena Pachakuti (MIP) de Felipe Quispe fue un partido de izquierda de corte indianista vinculado al sector campesino y tuvo fuerte influencia en el altiplano norte del Departamento de La Paz.

Quispe y Movimiento Al Socialismo (MAS) ¹³ de Evo Morales mostraron un rápido crecimiento electoral de la mano del discurso revolucionario y las prácticas clientelares. Estos partidos de izquierda también recurrieron a los mecanismos clientelares, que fueron heredados de los partidos neopopulistas. En El Alto, el MIP tuvo una presencia temporal y el MAS se ha consolidado como la principal fuerza política de oposición.

Sin embargo, la identidad cultural de la población alteña no sólo influye en los procesos electorales sino también en los procesos de rebelión y lucha social. Según Mamani, la identidad cultural indígena urbana se ha constituido en el factor aglutinador de la acción colectiva, durante los acontecimientos de septiembre y octubre de 2003 (Mamani, 2005). Efectivamente, en los momentos de rebelión y lucha social, los valores, símbolos, cosmovisiones y sentimientos de pertenencia cultural funcionan como mecanismos de cohesión de las masas rebeldes. De esta forma, la cultura andina influye de manera decisiva tanto en los procesos de rebelión y lucha social como en los procesos electorales y, a su vez, éste se nutre y fortalece, a través de éstos procesos políticos.

2.5. Fuerzas sociales.

La población alteña está fuertemente organizada y bien representada, a través de las organizaciones sociales como ser: la COR y la Fejuve El Alto. Desde el año 2000, estas organizaciones lentamente recuperaron su independencia política y adquirieron mayor protagonismo, a nivel local. En este contexto, la organización cívica Asamblea de la Alteñidad desapareció del escenario político. Según Quisbert, la Asamblea de la Alteñidad surgió en 1992, con el fin de representar las demandas colectivas de la población alteña, pero ésta entidad perdió legitimidad producto de la intromisión político partidaria y desapareció durante los acontecimientos de septiembre y octubre de 2003 (Quisbert, *óp. cit.*). Esta entidad cívica perdió sentido de existencia y se suicidó, al divorciarse de sus bases y, lo que es peor, al dejar de representar las demandas de la ciudadanía. Muerta la Asamblea de la Alteñidad, la COR y la Fejuve El Alto actuaron como verdaderos representantes y portavoces de los intereses colectivos de la población alteña y se pusieron a la ofensiva ante la magnitud de las demandas sociales irresueltas y los constantes atropellos por parte de los gobiernos neoliberales de turno y de las empresas capitalizadas Aguas del Illimani y Eléctropaz, que poco o nada mejoraron la atención de los servicios básicos a la población alteña.

En los momentos de rebelión y lucha social, la COR y la Fejuve El Alto se rebelaron en contra del Estado neoliberal y de los gobiernos de turno, que perdieron la capacidad de resolver las demandas sociales y neutralizar la insurgencia indígena popular, y canalizaron las demandas de la ciudadanía hacia el Estado, de forma directa. Contrariamente, en los periodos electorales, estas organizaciones populares actuaron políticamente, en función a los

¹³ El Movimiento Al Socialismo (MAS) de Evo Morales es un partido de izquierda de corte indígena vinculado al sector cocalero del trópico de Cochabamba y a los sectores populares. Durante el periodo turbulento 2000 – 2006, éste partido ha declarado una lucha frontal en contra del modelo neoliberal y en contra del Estado capitalista, desde el parlamento y desde las calles.

intereses políticos partidarios y se vincularon al sistema político, a través de las relaciones clientelares, incluso algunos dirigentes se convirtieron en candidatos. De esta forma, la COR y la Fejuve El Alto contribuyeron con nuevos líderes, con más capital social y político, al funcionamiento de la democracia liberal.

La Central Obrera Regional de El Alto (COR El Alto)

La Central Única de Trabajadores de El Alto (CUTAL) fue creada en el Primer Congreso de Trabajadores de El Alto, realizada en noviembre de 1987, lo cual fue elevada a rango de Central Obrera Regional de El Alto (COR El Alto) en el Octavo Congreso Ordinario de la COB, realizada en Oruro en febrero de 1989 (Quisbert, *óp. cit.*). En la actualidad, la COR El Alto es la máxima organización laboral que aglutina a las diferentes federaciones sindicales como ser: la Federación de Gremiales, FEDEPAF, FUTEBCRA, COCEDAL, transportistas, panificadores, carniceros, magisterio, microempresarios, etc.

En los momentos de rebelión y lucha social, la COR El Alto defendió los intereses colectivos de la ciudadanía y demostró gran capacidad de movilización social, pese a la intromisión político partidaria. Así, durante los acontecimientos de octubre de 2003, los dirigentes de la COR El Alto convocaron a marchas de protesta en contra de la política gasífera del Gobierno de Gonzalo Sánchez de Lozada (Goni) y en repudio a la violencia estatal. Coordinaron acciones con los demás sectores movilizados hasta lograr la renuncia de Goni (símbolo del neoliberalismo). Asimismo, durante los acontecimientos de mayo y junio de 2005, los dirigentes de ésta organización laboral cuestionaron la continuidad de la política neoliberal del Gobierno de Carlos Mesa y realizaron marchas de protesta hasta lograr su renuncia.

La Federación de Juntas Vecinales de El Alto (Fejuve El Alto)

La Sub Federación de Juntas Vecinales de El Alto fue creada el 8 de diciembre de 1996, lo cual fue elevada a rango de Federación de Juntas Vecinales de El Alto (Fejuve El Alto) en el Primer Congreso de Juntas Vecinales, realizado en Cochabamba en 1979, y fue reconocido legalmente por la Confederación Nacional de Juntas Vecinales (CONALJUVE), creada en dicho Congreso (Gobierno Municipal, 1995; Sandoval y Sostes, 1989). La Fejuve El Alto es la principal organización vecinal, lo cual aglutina a todas las juntas vecinales de la urbe alteña. De acuerdo a los informes del XIII Congreso Ordinario de la Fejuve El Alto, en la urbe alteña existen 573 zonas, de las cuales 38 se encuentran en el Distrito uno, 56 en el Distrito dos, 140 en el Distrito tres, 68 en el Distrito cuatro, 44 en el Distrito cinco, 17 en el Distrito seis, 90 en el Distrito siete, 120 en el Distrito ocho y en el Distrito nueve se encuentran las comunidades rurales (FEJUVE – EL ALTO, 2004). Actualmente, el Municipio de El Alto cuenta con 14 distritos, 9 urbanos y 5 rurales.

Desde sus inicios, las juntas vecinales de El Alto promovieron la legalización de las zonas, el saneamiento de los servicios básicos, el mejoramiento de las zonas y la defensa de los intereses colectivos de la población alteña (Sandoval y Sostes, *Ibid.*; Anze, 1995). Además, durante la crisis de los ochenta, las juntas vecinales almacenaron los alimentos de primera necesidad (arroz, azúcar, harina...) e intermediaron en la venta a los vecinos, a precios establecidos por el Gobierno (Sandoval y Sostes, *Ibid.*). Por su parte, Quisbert señala que durante la década de los noventa, las juntas vecinales representaron las demandas sociales

ante el sistema político, a través de múltiples estrategias como ser: los procedimientos burocráticos, las coimas, las movilizaciones de protesta y los vínculos partidarios (Quisbert, *óp. cit.*). Asimismo, durante el ciclo rebelde 2000 – 2005, las juntas vecinales de El Alto canalizaron las demandas sociales del espacio local hacia el Estado y los recursos provenientes del Estado hacia el espacio local, a través de las movilizaciones de protesta, los vínculos partidarios y las relaciones clientelares. A esto habrá que añadir que con la Ley de Participación Popular N° 1551 y la descentralización administrativa de los distritos municipales las relaciones clientelares se vieron ampliamente extendidas y fortalecidas dentro de la estructura de las juntas vecinales de El Alto, que en su condición de Organizaciones Territoriales de Base (OTBs) influyeron en la formulación y ejecución de las políticas públicas y adquirieron mayor protagonismo.

Desde su creación, la Fejuve El Alto ha sido objeto de manipulación e intromisión político partidaria, a través de las relaciones clientelares y prebendales. Según Quisbert, en el Décimo Congreso Ordinario de juntas vecinales realizado en 1998, la Fejuve El Alto se ha politizado y dividido en dos Federaciones, uno controlado por las juntas vecinales afines al partido oficialista (CONDEPA) y el otro, por las juntas vecinales afines a los partidos de oposición (MIR, ADN, UCS y MNR), cada cual salió producto de un Congreso (Quisbert, *óp. cit.*). La división de la Fejuve El Alto fue superada en el Décimo Primer Congreso Ordinario de juntas vecinales realizado entre el 25 y 27 de marzo de 2000, en la cual el congreso decidió rotar cada dos años la presidencia de la Fejuve El Alto entre los Distritos Norte y Sur¹⁴ y eligió a Severino Mamani (militante del MNR) de la zona Romero Pampa del Distrito Sur como Presidente de esta entidad cívica (El Diario, 29/03/2000: II-P4). Después de esta unificación, la Fejuve El Alto pasó a la ofensiva ante la desatención de las demandas sociales por parte de la institución edil y el aumento desmedido de las tarifas de agua y luz por parte de las empresas capitalizadas Aguas del Illimani y Eléctropaz, respectivamente (Mamani, 2005; El Diario, 06/04/2001: I-P8). De esta forma, la Fejuve El Alto lentamente ha recuperado su capacidad de convocatoria y se ha visto fortalecido, a nivel local.

En este contexto, el MIR (partido oficialista) ha logrado controlar las sub alcaldías de los distritos municipales, con el apoyo de las juntas vecinales afines, pero lentamente perdió legitimidad política. Esto se pudo observar en el Décimo Segundo Congreso Ordinario de juntas vecinales de El Alto realizado entre el 16 y 18 de agosto de 2002, en la cual el congreso eligió a Mauricio Cori Huanca de la zona Villa Tunari del Distrito Norte como Presidente de la Fejuve El Alto, con el apoyo de las juntas vecinales afines al MAS, MIP, Condepa y otros independientes (El Diario, 20/08/2002: II-P2). Desde entonces, la Fejuve El Alto lentamente recuperó su independencia política y se puso a la ofensiva ante el crecimiento acelerado de las demandas sociales y la violencia estatal. En la urbe alteña, los conflictos sociales estallaron en septiembre de 2003, cuando el Alcalde José Luis Paredes (Pepelucho) decretó el impuesto a las viviendas, a través de los llamados Formularios Maya y Paya¹⁵. En

¹⁴ La rotación del poder político es una estrategia propiamente de la cultura aymara.

¹⁵ El Formulario Maya (uno) tenía como fin actualizar el registro catastral de las viviendas y el Formulario Paya (dos), legalizar y valorizar las construcciones de las viviendas para subir los impuestos.

esta coyuntura, las juntas vecinales de El Alto se dividieron y polarizaron en dos bloques contrarios y antagónicos, en función a la aplicación o no de dichos Formularios. Por un lado, el bloque oficialista, que aglutinó a las juntas vecinales vinculadas al MIR (partido del Gobierno local) y MNR (partido del Gobierno central), y por el otro, el bloque opositor, que agrupó a las juntas vecinales excluidas del sistema clientelar de los partidos de turno. Las juntas vecinales oficialistas avalaron la aplicación de los Formularios para agilizar los trámites. Mientras, las juntas vecinales opositoras rechazaron estos Formularios porque consideraron que era un impuestazo encubierto y demandaron su anulación inmediata por ser atentatoria a la magra economía de la población alteña.

Los correligionarios de Pepelucho (se refiere a las juntas vecinales oficialistas) querían que los Formularios se aplique sin que suban los impuestos, pero otras juntas (vecinales opositoras) han desconfiado, han pedido que se anule porque había susceptibilidad y nadie escuchaba. Por eso, han decidido hacer marchas y bloqueos (René, dirigente vecinal, 30/03/2004).

En este contexto, los dirigentes de las juntas vecinales oficialistas se replegaron y acogieron al silencio. Mientras los dirigentes de las juntas vecinales opositoras promovieron una fuerte campaña de desprestigio en contra del Alcalde José Luis Paredes y en contra de las juntas vecinales oficialistas. Cuestionaron la aplicación de los Formularios Maya y Paya y bajaron a sus bases, es decir, a las asambleas vecinales para informar y organizar la resistencia vecinal, en rechazo a la política impositiva del Gobierno local. Estos dirigentes actuaron como verdaderos representantes y portavoces de las demandas de la ciudadanía y se pusieron a la cabeza de las movilizaciones de protesta. Así, el 1º de septiembre de 2003, los dirigentes y vecinos de las juntas vecinales opositoras marcharon desde sus zonas hasta la Alcaldía y se enfrentaron a los policías¹⁶. Una semana después, el 8 de septiembre, bloquearon las principales calles y avenidas de la ciudad de El Alto, en cumplimiento al paro cívico de 24 horas decretado por la Fejuve El Alto (La Razón, 09/09/2003: A9). Finalmente, el 15 de septiembre, las juntas vecinales opositoras acataron el paro cívico indefinido decretado por la Fejuve El Alto, bloquearon las principales calles y avenidas de la urbe alteña y cercaron al Gobierno local, demandando la anulación de los Formularios Maya y Paya¹⁷. Por su parte, las juntas vecinales oficialistas se distanciaron de sus bases, no informaron a los vecinos ni participaron en las movilizaciones de protesta.

Aquí en el Distrito (seis), las juntas pepeluchistas (afines al Alcalde José Luis Paredes) no acataron el paro porque estaban manipuladas por Irineo Espinosa y Bertha Acarapi (concejales del MIR) (Freddy, dirigente de la zona 16 de Julio III, 24/07/2004).

Sin embargo, el paro cívico indefinido convocado por la Fejuve El Alto se inició de forma contundente, pese a la ausencia de las juntas vecinales oficialistas. Algunos “vecinos

¹⁶ Al día siguiente, el matutino El Diario informó: “Los vecinos rechazaron los formularios impositivos... La marcha dejó un saldo de tres policías y dos marchistas heridos” (El Diario, 02/09/2003: 1-I)

¹⁷ A esta demanda local se sumaron otras demandas sociales como ser: el rechazo a la venta de gas y a la firma del ALCA. En este contexto, todos los sectores movilizados se articularon en función a estas demandas.

denunciaron que apoyaban a la Fejuve, pero no a sus dirigentes, porque avalaron los formularios observados” (La Razón, 16/09/2003: A9). Un día después, el 16 de septiembre, el paro cívico indefinido se radicalizó, lo cual ya era insostenible para el Gobierno local. Según Gómez, el Consejo Municipal de El Alto aprobó la Ordenanza Municipal 09/2003, que abrogaba los Formularios Maya y Paya, y la Fejuve El Alto, después de recibir ésta Ordenanza Municipal, ordenó la suspensión del paro; pero los bloqueos continuaron hasta horas de la noche (Gómez, 2004). De esta forma, las juntas vecinales opositoras alentaron la resistencia vecinal hasta lograr la anulación de los Formularios Maya y Paya.

En esta coyuntura política, las juntas vecinales oficialistas perdieron la capacidad de representar y neutralizar las demandas de la ciudadanía, a través de las prácticas clientelares. Este hecho marcó el punto de inflexión o quiebre del sistema clientelar de los partidos tradicionales. Contrariamente, las juntas vecinales opositoras lograron articular vastas redes rebeldes, basada en las relaciones de amistad, hermandad y compromiso común de lucha entre parientes, paisanos y vecinos rebeldes, que en su mayoría comparten una matriz cultural, una identidad y una historia común. Construyeron un poder contra hegemónico, a través del discurso contestatario o revolucionario.

Asimismo, en octubre de 2003, los dirigentes de la Fejuve El Alto, en coordinación con otros sectores movilizados, alentaron la resistencia popular más grande de los últimos tiempos, esta vez, en defensa del gas natural. Más concretamente, rechazaron la venta de gas natural a Chile¹⁸ y por un puerto de Chile a México y California – Estados Unidos, a bajos precios, y rechazaron la firma del tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (ALCA) porque era una medida económica que atentaba al incipiente aparato productivo nacional. También demandaron la nacionalización e industrialización de los hidrocarburos, la anulación de la Ley de Protección y Seguridad Ciudadana, la instalación de gas domiciliario para todas las familias alteñas como forma de industrialización, etc. Las movilizaciones de protesta se iniciaron el 2 de octubre con un paro cívico de 24 horas acatado por la Fejuve y la COR El Alto, y una semana después, el 8 de octubre de 2003, estas organizaciones sociales iniciaron un paro cívico indefinido en El Alto, los vecinos insurrectos bloquearon las principales calles y avenidas que conectan a la ciudad de La Paz (sede de Gobierno) con las provincias del altiplano y el interior del país. Según el matutino La Razón, la ciudad de El Alto vivió una jornada de violencia, que dejó como saldo una veintena de heridos (La Razón, 09/10/2003: A8). En muchas zonas, los dirigentes y vecinos insurrectos se organizaron por turnos como estrategia de lucha, a través de los jefes de calle o manzano, que son los intermediarios entre la dirigencia vecinal y los vecinos de base.

Nosotros hemos hecho turnos, un grupo (de vecinos) salía en la mañana, otro en la tarde y otro en la noche. Los dirigentes (de la zona) también han rotado, pero ellos no estaban permanente porque había persecución por parte del Gobierno, ahí los Jefes de Calle hemos sido los que más hemos activado (Rufo, Jefe de Calle, 23/07/2004).

¹⁸ Los sectores movilizados cuestionaron la participación de Chile en el negocio del gas porque, en 1879, este país usurpó el Litoral boliviano y enclaustró a Bolivia de su única salida soberana al mar.

Desde el inicio del paro cívico, la ciudad de El Alto quedó completamente paralizada y la ciudad de La Paz (sede de Gobierno), completamente sitiada, sin comunicación terrestre con el interior y exterior del país, sin suministro de alimentos y, lo que es peor, sin suministro de gasolina y gas licuado, que ya escaseaba al finalizar el segundo día del paro. Hacia el tercer día, el paro cívico indefinido se radicalizó aún más porque cientos de vecinos insurrectos tomaron las calles y rebasaron a sus dirigencias.

En un ampliado, Mauricio Cori quería dilatar el paro, quería que bajemos a las bases para consultar si seguimos o no con el paro, cuando ya habían muertos en (la zona) Senkata. Pero, los presidentes hemos rechazado. Yo en esa oportunidad a nombre del Distrito tres he dicho: “en las venas de los vecinos la sangre está hirviendo, va ser difícil detener. Señores presidentes, no es necesario bajar a las bases porque las bases ya están en las calles firmes y decididos para luchar” (René, dirigente vecinal, 30/03/2004).

En esos días, los dirigentes y vecinos insurrectos querían escuchar en palabras del Presidente Gonzalo Sánchez de Lozada (Goni), que el gas no se va vender a Chile ni suscribir el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (ALCA), para levantar el paro cívico indefinido. Sin embargo, el Gobierno de Goni dictó el D.S. 27209 de “Emergencia Nacional”, que establece el transporte y suministro de combustibles líquidos a la sede de Gobierno, utilizando las Fuerzas Armadas y a cualquier costo. La situación se agravó la tarde del sábado 11 de octubre, cuando desde la planta de Senkata (ubicada al sur de El Alto) salió hacia la ciudad de La Paz (sede de Gobierno), un convoy de cisternas y camiones, fuertemente custodiados por militares, policías, caimanes, tanquetas y un helicóptero que sobrevolaba disparando a diestra y siniestra sobre la multitud, amparado en dicho Decreto Supremo. Este operativo dejó como saldo dos muertos y casi cien heridos (Gómez, *óp. cit.*).

La tensión social explotó el domingo 12 de octubre, cuando el gobierno de Goni mandó a militarizar la ciudad de El Alto. Muchos vecinos del Distrito Norte fueron víctimas de la brutal matanza. Según Gómez, ese día murieron 25 civiles, 1 soldado y más de 150 personas quedaron heridas (*Ibíd.*). En este escenario sangriento, se destaca la participación solidaria del padre Wilson Soria de la parroquia Cristo Redentor de Villa Ingenio, donde llegaron los caídos de la masacre. También se destaca el papel protagónico de activistas y líderes sociales como Roberto de la Cruz y Juan Meléndrez (dirigentes de la COR El Alto), que denunciaron la masacre sangrienta ejecutada por el Gobierno de Goni. Asimismo, la masacre siguió el lunes 13 de octubre, esta vez, los militares arremetieron a las poblaciones ubicadas al sur de la urbe paceña. Gómez afirma que “28 personas más fueron declaradas muertas ese día, algunos de ellos convalecientes de la masacre dominical” (*Ibíd.*: 113). Durante esos días, la población alteña vivió jornadas de terror e incertidumbre, muchos dirigentes de las juntas vecinales opositoras se declararon en clandestinidad y miles de vecinos se volcaron a las calles masificando los bloqueos en rechazo a la masacre, llamaron a la resistencia civil y realizaron vigiliatodas las noches.

Después de la masacre del 12 y 13 de octubre, algunas juntas vecinales oficialistas se sumaron a los bloqueos y marchas de protesta ante la fuerte presión de los vecinos de base, pero en otras zonas los vecinos se auto organizaron y desconocieron a su dirigencia vecinal, porque no informaron ni convocaron a los bloqueos y marchas de protesta.

Nuestra junta (de vecinos) no se movía. Por eso, los vecinos en este sector hemos formado un comité de bloqueo para coordinar las marchas y preparar las ollas comunes” (Víctor, vecino de la zona 16 de Julio II, 28/11/2004).

En todas las zonas, los vecinos insurrectos se organizaron y movilizaron, con el fin de forzar la renuncia de Goni. Esto se pudo observar el día jueves 16 de octubre, cuando los vecinos insurrectos marcharon de zona en zona hacia la sede de Gobierno con sus estandartes, que llevaron crespones negros por las muertes. Pidieron a viva voz la renuncia de Goni antes de tratar la venta del gas y la firma del ALCA.

Finalmente, el viernes 17 de octubre de 2003, los vecinos insurrectos de El Alto nuevamente marcharon a la sede de Gobierno, pero esta vez armados con palos, hondas, bombas molotov, etc. Corearon a viva voz ¡Ahora si Goni se va! ¡Ahora si guerra civil! El desencanto popular ya era incontrollable porque las masas rebeldes estaban dispuestas a tomar por la fuerza el Palacio de Gobierno y colgar a Goni. Pero, cuando la multitud se encontraba en pleno descenso se produjo la noticia de que Goni iba a renunciar, lo cual calmó los ánimos de las masas rebeldes. Algunos llegaron hasta la plaza San Francisco y otros retornaron a sus zonas de medio camino. En horas de la tarde, el Congreso Nacional aceptó la renuncia del Presidente Gonzalo Sánchez de Lozada y el Vicepresidente Carlos Mesa Gisbert fue posesionado como nuevo Presidente de Bolivia, por sucesión de mandato constitucional.

Cuando se ha confirmado la renuncia de Goni, ese rato todos hemos saltado de alegría y nos hemos abrazado llorando porque ha costado mucha sangre. Esa tarde, aquí en la plaza Libertad había fiesta (Virgilio, vecinos de la zona 16 de Julio III, 23/07/2004).

Durante este episodio de rebelión y lucha social, las juntas vecinales opositoras articularon bastas redes rebeldes, en función a las demandas concretas, y siendo numéricamente inferiores construyeron un discurso y un poder contra hegemónico, en desmedro del discurso hegemónico y del sistema de dominación clientelar de los partidos tradicionales. Los dirigentes vecinales vinculados al bloque opositor se subordinaron a los vecinos de base y asumieron el mandato imperativo u obligatorio, a través de las asambleas y cabildos vecinales. Por su parte, las juntas vecinales oficialistas perdieron la capacidad de representar las demandas sociales y neutralizar la insurgencia popular, a través de las relaciones clientelares, al menos temporal o momentáneamente, ante la fuerte presión social y sindical; incluso, algunos dirigentes de las juntas vecinales oficialistas se sumaron a los bloqueos y marchas de protesta por no perder legitimidad y otros fueron rebasados por los vecinos de base. De esta forma, los dirigentes y vecinos insurrectos de El Alto participaron en el levantamiento indígena popular más grande de los últimos tiempos y resistieron la violencia estatal, que terminó con la huida de Goni (símbolo del neoliberalismo).

Después de los acontecimientos de septiembre y octubre de 2003, la dirección de la Fejuve El Alto se vio seriamente afectada, Mauricio Cori (Presidente de ésta entidad cívica) fue presionado por muchos dirigentes de las juntas vecinales para que renuncie a su cargo, por favorecer a sus allegados con la instalación de gas domiciliario y la distribución de cargos en la Prefectura del Departamento de La Paz. También fue acusado de recibir coima por parte del Gobierno de Goni a cambio de suspender el paro cívico indefinido, durante los

acontecimientos de octubre de 2003. La situación empeoró en marzo de 2004, cuando un grupo de vecinos dirigidos por Guadalupe Cárdenas (dirigente de la Fejuve El Alto) obligaron a Mauricio Cori para que renuncie a su cargo, le golpearon y llevaron a la PTJ semidesnudo (La Razón, 31/08/2004: A2). En esta coyuntura, Mauricio Cori perdió legitimidad como dirigente y líder de la Fejuve El Alto, muchas juntas vecinales desconocieron su mandato e impulsaron la realización de un nuevo Congreso Ordinario de juntas vecinales para elegir a un nuevo Presidente de ésta entidad cívica. Precipitaron la elección de la comisión de poderes y armaron una camarilla a la cabeza de Abel Mamani (Presidente de la zona San Juan 24 de Junio del Distrito tres), con el fin de controlar la dirección de la Fejuve El Alto.

Hemos armado un equipo para llevar a Abel (Mamani) a la Fejuve, después se ha invitado a los líderes de los distritos más fuertes como el ocho, el cinco y el seis. Ellos eran los más antiguos y conocidos, con ellos se ha negociado en base a las primeras secretarías (Tino, Presidente de la zona Villa Adela II, 13/07/2004).

Abel Mamani¹⁹ estableció compromisos de intercambio clientelar de “apoyo político por secretarías²⁰” con los dirigentes más influyentes de los distritos con mayor presencia dentro de la estructura de la Fejuve El Alto. El Décimo Tercer Congreso Ordinario de Juntas Vecinales de El Alto fue realizado entre el 9 y 11 de julio de 2004, en la cual el congreso eligió a Abel Mamani de la zona San Juan 24 de Junio, del Distrito Sur como Presidente de la Fejuve El Alto, con el apoyo de los distritos tres, cinco, seis y ocho. De esta forma, el bloque de las juntas vecinales opositoras tomó el control de ésta entidad cívica.

Todo ya estaba preparado porque Abel (Mamani) sacaba (dinero) sin miedo para bebidas y otros gastos (Elio, dirigente vecinal, 19/08/2004).

Posteriormente, en vísperas de las Elecciones Municipales de diciembre de 2004, la Ley de Agrupaciones Ciudadanas y Pueblos Indígenas N° 2771 desató grandes expectativas dentro de la Fejuve El Alto, incluso Abel Mamani (Presidente de esta entidad cívica) pretendió formar la agrupación ciudadana “Federación de Juntas Vecinales de El Alto”, pero los dirigentes vecinales rechazaron ésta propuesta y decidieron que la Fejuve El Alto no participe como agrupación ciudadana en estos comicios.

Las bases no les han mandado (a los dirigentes de la Fejuve) para candidatear sino para defender nuestros intereses. Por eso, el ampliado ha decidido no participar como agrupación ciudadana, aunque muchos lo hacen indirectamente (Tino, 20/08/2004).

Después de las Elecciones Municipales de diciembre de 2004, las juntas vecinales vinculadas a la agrupación ciudadana PP (partido del Gobierno local) lentamente fueron desarticuladas y cooptadas por el bloque de las juntas vecinales opositoras. Esto se pudo observar en la

¹⁹ Durante los conflictos sociales, Abel Mamani encabezó el comité de huelga y movilización del Distrito tres.

²⁰ Las secretarías del directorio de la Fejuve El Alto son espacios de poder político. Desde estos espacios, las juntas vecinales pueden captar mayores recursos para sus distritos y ejecutar obras sociales.

elección de los sub alcaldes de los distritos municipales, en la cual estos bloques desataron fuertes pugnas internas por controlar las sub alcaldías. Por ejemplo, en un ampliado del Distrito tres, las juntas vecinales eligieron a Eddy Apaza (Presidente de la zona Villa Adela Plan 560 vinculado al bloque opositor) como Sub Alcalde del Distrito, pero el Alcalde no le posesionó a él sino a Eddy Condori (dirigente vecinal vinculado al bloque oficialista). Eddy Condori fue nominado en la terna, pero no contaba con el respaldo de la mayoría de las juntas vecinales de éste Distrito.

Después de la elección, Eddy Apaza se ha rajado más de ocho cajas (de cerveza) pensando que ya era Sub Alcalde, pero Eddy Condori había trabajado por debajo (con Pepelucho) y le ha volteado. El día de la posesión, Pepelucho no ha posesionado a Eddy Apaza y para distraer a las bases ha dicho que en el Distrito hay problemas. Después nos hemos enterado que Eddy Condori había sido posesionado como Sub Alcalde del Distrito, en un acto privado. El Alcalde no ha respetado nuestra elección, él no posee si no es su gente (Tino, 22/05/2005).

De la misma forma, en el Distrito seis, las juntas vecinales eligieron como Sub Alcalde a Omar Uruchi (Presidente de la zona 16 de Julio III vinculado al bloque opositor), pero no enviaron una terna sino a un sólo nominado para que el Alcalde le poseiese, de forma directa. Este hecho desató fuertes tensiones y conflictos entre el bloque de las juntas vecinales oficialistas y el bloque de las juntas vecinales opositoras. Al final, las juntas vecinales opositoras controlaron la Sub Alcaldía de éste Distrito.

Omar ha ganado en la elección para Sub Alcalde, pero la Fejuve a la cabeza de Juan Plata (dirigente vecinal) y por maniobras de Bertha Acarapi (Concejala del PP), querían que Ruperta (dirigente vecinal vinculado al PP) suba como Sub Alcaldesa del Distrito, pero nosotros no hemos permitido (Freddy, Vicepresidente de la zona 16 de Julio III, 16/05/2005).

En esta coyuntura política, las juntas vecinales oficialistas no lograron contrarrestar y desarticular al bloque opositor. Contrariamente, las juntas vecinales opositoras nuevamente se articularon y ampliaron su capacidad de influencia, en función a la demanda de cesación del contrato con la empresa multinacional Aguas del Illimani, que poco o nada mejoró la distribución de agua potable por cañería de red y el servicio de alcantarillado sanitario en la urbe alteña. Por eso, desde el 10 de enero de 2005, las juntas vecinales de El Alto iniciaron un paro cívico indefinido, demandando la salida de la empresa multinacional Aguas del Illimani, por haber negociado y lucrado con la sed de la población alteña.

(La empresa multinacional Aguas del Illimani) incumplió sus contratos, no quiso ampliar su cobertura e incrementó sus tarifas con grandes perjuicios para los alteños (Abel Mamani, publicado en el matutino La Razón, 14/01/2005: A11).

El paro cívico se levantó el 13 de enero con la firma del D.S. 27973, en la cual el Gobierno de Carlos Mesa establece la cesación del contrato con la empresa Aguas del Illimani. Sin embargo, el 3 de marzo, las juntas vecinales opositoras nuevamente iniciaron un paro cívico indefinido, ante la falta de una Resolución Administrativa que daba fin al contrato con ésta empresa, para que Samapa Residual se haga cargo de la administración del servicio de agua

potable y alcantarillado. El paro cívico se suspendió el 8 de marzo, después de la suscripción de un preacuerdo con el Gobierno central, en un contexto de crisis política²¹.

Asimismo, el 16 de mayo de 2005, la Fejuve El Alto, en coordinación con los sectores movilizados (COR, gremiales, universitarios de la UPEA, transportistas, campesinos, etc.), cumplió un paro cívico de 24 horas, demandaron al Gobierno central la nacionalización e industrialización de los hidrocarburos, la convocatoria a la asamblea constituyente, el juicio de responsabilidades a Goni y la expulsión de la empresa multinacional Aguas del Illimani. Una semana después, el 23 de mayo, iniciaron un paro cívico indefinido. En la urbe alteña, el paro cívico se inició con baja intensidad, pero lentamente se radicalizó. Desde los primeros días de junio, la ciudad de El Alto quedó completamente paralizada y la ciudad de La Paz (sede de Gobierno), completamente cercada, sin comunicación terrestre con el interior y exterior del país, sin suministro de alimentos y combustibles líquidos.

En este contexto turbulento, las juntas vecinales oficialistas actuaron de forma desarticulada y apoyaron los bloqueos y movilizaciones de protesta por no perder su legitimidad como dirigentes y no ser rebasados por los vecinos de base como en octubre de 2003. Mientras, las juntas vecinales opositoras actuaron como verdaderos portavoces de las reivindicaciones sociales y lograron articular bastas redes rebeldes, a través de los cabildos o asambleas vecinales, los cuales funcionaron como espacios de deliberación de los asuntos públicos y también como espacios de objetivación política de los nuevos líderes del movimiento vecinal, que acumularon mayor capital social y político.

Ayer Edgar había reunido a los vecinos en la plaza Libertad, la plaza estaba llena y cuando nosotros hemos llegado con Abel (Mamani) como Fejuve, nos hemos sorprendido al ver tanta gente y él fuerte había estado metiendo su discurso. Ahí dije: “éste ñato si vale la pena” porque tiene un discurso maldito (Tino, 08/06/2005).

Durante este episodio de beligerancia social, las juntas vecinales actuaron de forma orgánica, en defensa de los intereses comunes de la ciudadanía. El bloque opositor amplió su capacidad de influencia dentro de la estructura de la Fejuve El Alto. Mientras, el bloque oficialista fue reducido a su mínima expresión. Al final todas las juntas vecinales se sumaron a los bloqueos y marchas de protesta. Este conflicto social terminó el 9 de junio de 2005, con la renuncia del Presidente Carlos Mesa Gisbert y la renuncia a la sucesión constitucional de Hormando Vaca Díez (Presidente de la Cámara de Senadores) y de Mario Cósío (Presidente de la Cámara de Diputados). Al final, Eduardo Rodríguez Veltzé (Presidente de la Corte Suprema de Justicia) fue posesionado como nuevo Presidente de Bolivia, por sucesión de mandato constitucional, con el fin de convocar a nuevas Elecciones Generales.

En las Elecciones Generales y de Prefectos de Departamento de 2005, los dirigentes de la cúpula del MAS ofrecieron nueve candidaturas a los representantes de la Fejuve El Alto como ser: la candidatura a Prefecto por el Departamento de La Paz, cuatro uninominales

²¹ El conflicto con la empresa capitalizada Aguas del Illimani terminó a finales de 2006, con el informe de auditoría y la creación de la Empresa Pública Social de Agua y Saneamiento (EPSAS).

titulares por El Alto, dos plurinominales titulares y dos plurinominales suplentes por el Departamento de La Paz. Esta oferta desató grandes expectativas dentro de la estructura de la Fejuve El Alto. Por eso, en un ampliado general de juntas vecinales, los dirigentes aceptaron la propuesta del MAS y formaron una comisión política negociadora para hacer cumplir ésta oferta y elegir a un candidato por Distrito para que represente a la Fejuve El Alto en ésta tienda política. En cada Distrito, las juntas vecinales eligieron a los candidatos, a través de las asambleas vecinales de Distrito, tal como se elige a los sub alcaldes, los comités de vigilancia y los representantes de la Fejuve El Alto. Durante este proceso, muchos dirigentes se transformaron en candidatos aspirantes y desataron fuertes pugnas dentro de los distritos municipales, con el fin de ocupar una de las candidaturas en el MAS. Por ejemplo, en el Distrito N° 6, las juntas vecinales vinculadas a la agrupación ciudadana PP (partido oficialista) apoyaron a Félix para que sea candidato del MAS. Mientras, las juntas vecinales opositoras apoyaron a Edgar (Presidente de la zona 16 de Julio III) por haber participado activamente en las luchas sociales. Al final, Edgar ganó en la elección.

Yo como comisión he convocado a una asamblea del Distrito (seis) para elegir a un candidato que nos represente en el MAS. Ahí se han presentado Félix, Javier, Ángel, Secundino y Edgar; pero había anticuerpos (observaciones). Después de una fuerte discusión, las bases han decidido no depurar a nadie y todos entraron en la elección. Esa noche, Félix y Edgar han obtenido más votos; pero recién al día siguiente, en la casa del Presidente de (la zona) Ferropetrol, hemos hecho la segunda vuelta entre los dos primeros, ahí Edgar ha ganado con ocho votos. En esa oportunidad, Edgar ha ofrecido la mitad de su dieta parlamentaria para ejecutar obras menores y aynis vecinales y los presidentes han quedado en invitarle a las asambleas de sus zonas ((Elio, Presidente de la zona Alto Villa Victoria y representante de la comisión política negociadora, 18/11/2005).

De la misma forma, en el Distrito N° 3, Tony²² (dirigente vecinal) fue elegido como candidato del MAS, después de fuertes pugnas internas. De esta forma, las juntas vecinales de El Alto eligieron a sus candidatos para que les represente en el MAS, en los ocho distritos municipales. Por su parte, los militantes del MAS también eligieron a sus propios candidatos, en las cuatro circunscripciones uninominales de El Alto. Los conflictos se desataron cuando las juntas vecinales y los militantes del MAS quisieron imponer a sus candidatos para que sean tomados en cuenta. Ante esta situación, la cúpula del MAS decidió alternar las candidaturas de la siguiente forma: en la Circunscripción N° 13, la candidatura titular para la Fejuve y la suplencia para el MAS; en la Circunscripción N° 14, la candidatura titular para el MAS y la suplencia para la Fejuve; en la Circunscripción N° 15, la candidatura titular para la Fejuve y la suplencia para el MAS; y en la Circunscripción N° 16, la candidatura titular para el MAS y la suplencia para la Fejuve. Sin embargo, los dirigentes de la Fejuve El Alto rechazaron ésta propuesta y decidieron alejarse del MAS, al final del periodo preelectoral.

Sin embargo, Tony (candidato elegido por las juntas vecinales) negoció por su propia cuenta con Miguel Machaca (dirigente del MAS de la regional El Alto y candidato a Diputado Uninominal por la Circunscripción N° 16) y cuando se publicó la lista de los candidatos,

²² Durante los acontecimientos de mayo y junio de 2005, Tony Condori (Presidente de la zona Romero Pampa) formó parte del comité de bloqueo y movilización del Distrito N° 3.

Tony figuraba como candidato a Diputado Uninominal del MAS por la Circunscripción N° 15. Los dirigentes de la Fejuve El Alto querían que Tony renunciara a esta candidatura, pero no lograron. Igualmente, en la Circunscripción N° 13, Edgar negoció con Miguel Machaca para entrar como candidato a Diputado Uninominal del MAS por esta circunscripción. Al inicio de la campaña electoral, en la Circunscripción N° 15, los militantes del MAS aceptaron la candidatura de Tony con la mediación de Miguel Machaca, pero en la Circunscripción N° 13, los militantes del MAS rechazaron la candidatura de Edgar y apoyaron a Lucio Canaviri (candidato suplente) para que sea candidato titular. Por esta razón, Edgar formó su propia militancia con el apoyo de algunos dirigentes vecinales, vecinos, comerciantes y amistades.

Edgar y Lucio estaban peleados, ambos tenían sus jefes de campaña y cada quién hacía campaña por separado (Rufo, dirigente de la junta de vecinos de la zona 16 de julio III y jefe de logística del MAS, 13/12/2005).

Durante la campaña electoral, algunos dirigentes de las juntas vecinales del Distrito seis invitaron a Edgar a las asambleas vecinales de sus zonas, para que haga conocer las propuestas del MAS y comprometer su ayuda en la resolución de algunas demandas concretas, cuando acceda al poder político. En este proceso electoral, la Fejuve El Alto se ha politizado y dividido, en función a los intereses políticos partidarios, y los dirigentes de las juntas vecinales se convirtieron en operadores políticos del MAS, que ganó en las urnas. Pasados estos comicios, Abel Mamani fue invitado por el Gobierno de Evo Morales para asumir como Ministro de Aguas y renunció como Presidente de la Fejuve el Alto. Este hecho precipitó la realización del Décimo Cuarto Congreso Ordinario de Juntas Vecinales de El Alto, que se llevó a cabo entre el 31 de marzo y el 2 de abril de 2006, en la cual el congreso eligió a Nazario Ramírez Alanoca de la zona Villa Ingenio Unidad Vecinal I, del Distrito Norte como Presidente de la Fejuve El Alto, con el apoyo de los distritos dos, tres, cinco, seis y ocho, en medio de insultos, botellazos y sillazos. Las juntas vecinales de los distritos uno, cuatro y siete abandonaron este magno evento, denunciaron la injerencia política partidaria del MAS (partido del Gobierno central).

En síntesis, la Fejuve El Alto es una entidad cívica altamente politizada, lo cual se constituye en una estructura de mediación política informal, que canaliza las demandas del espacio local hacia el Estado y los recursos provenientes del Estado hacia el espacio local, de forma directa o indirecta, a través de las movilizaciones de protesta o las relaciones clientelares, dependiendo de la coyuntura política. Así, en los momentos de rebelión y lucha social, la Fejuve El Alto ha canalizado las demandas de la ciudadanía hacia el Estado, de forma directa. Mientras, en los periodos electorales, los dirigentes de esta entidad cívica operaron políticamente y canalizaron las demandas de la ciudadanía hacia el sistema político y Estado, de forma indirecta, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares. Por eso, la Fejuve El Alto tiene fuerte influencia en la vida social y política, a nivel local.

2.6. 16 de Julio III y Villa Adela II.

Caso: zona 16 de Julio III.

La zona 16 de Julio se fundó el 16 de julio de 1950 (Quispe, 2004) y en 1985 se dividió en tres zonas como ser: la zona 16 de Julio I, la zona 16 de Julio II y la zona 16 de Julio III porque una sola junta de vecinos no podía atender las demandas de todos los vecinos. Para el propósito de esta investigación se ha elegido la zona 16 de Julio III, lo cual se encuentra ubicada en el Distrito Municipal N° 6 y Circunscripción N° 13 de la ciudad de El Alto. Esta zona se fundó el 23 de noviembre de 1985, tiene 1672 adjudicatarios y cuenta con todos los servicios básicos como ser: agua potable por cañería, alcantarillado sanitario, red de energía eléctrica y red de gas domiciliario. Los vecinos de esta zona en su mayoría son migrantes o descendientes de migrantes del altiplano norte y, en muchos casos, actualmente mantienen vínculos con su lugar de origen. Esta procedencia configura una relativa homogeneidad cultural ya que los vecinos en su mayoría se auto identifican con la cultura aymara.

La zona 16 de Julio III es considerada como una zona céntrica y comercial porque muchos vecinos viven de los talleres artesanales creados por ellos mismos y del comercio informal que genera la feria de la 16 de Julio²³, lo cual se constituye en la fuente de subsistencia de muchos vecinos ante el abandono del Estado, que ha perdido la capacidad de generar fuentes de empleo fijo. Políticamente, durante nuestro periodo de investigación, esta zona se ha visto excluida y marginada por parte de la institución edil, porque los dirigentes y vecinos mostraron una tendencia contestataria al MIR y, posteriormente, PP (partidos del Gobierno local). Esto se pudo observar en septiembre de 2003, cuando el Alcalde José Luís Paredes (Pepelucho) aumentó los impuestos a las viviendas, a través de los llamados Formularios Maya y Paya. En esta coyuntura política, los dirigentes y vecinos insurrectos rechazaron la aplicación de estos Formularios porque atentaba a la magra economía de los vecinos y organizaron la resistencia vecinal hasta lograr su anulación.

Los Formularios Maya y Paya eran un atropello sobre nuestra vida íntima, querían ver cómo vivimos, la calidad de nuestras casas, los materiales con que fueron construidas las paredes, los pisos; incluso, querían ver la calidad de los baños, si tienen inodoro o no. Por eso, nosotros hemos rechazado la aplicación de estos Formularios porque en el fondo querían subirnos los impuestos (Edgar, Presidente de la zona 16 de Julio III, 09/07/2004).

Asimismo, durante los acontecimientos de octubre de 2003, la zona 16 de Julio III se ha constituido en la pionera de las luchas sociales. Los dirigentes y vecinos insurrectos rechazaron la política gasífera del Gobierno de Goni y se organizaron por turnos como estrategia de lucha, a través de los jefes de calle y manzano, que fueron los intermediarios entre la junta vecinal y los vecinos de base.

Nosotros hemos hecho turnos, un grupo (de vecinos) salía en la mañana, otro en la tarde y otro en la noche. Los dirigentes (de la zona) también han rotado, pero ellos no estaban permanente porque

²³ La feria 16 de julio es una de las ferias más grandes del país y del continente. Esta feria ocupa las diferentes calles y avenidas de muchas zonas de los Distritos N° 5 y 6 los días jueves y domingo.

había persecución por parte del Gobierno, ahí nosotros (los Jefes de Calle) hemos sido los que más hemos activado (Rufo, Jefe de Calle, 23/07/2004).

Los vecinos insurrectos bloquearon todas las calles y avenidas de ésta zona, extendieron alambres de púa, levantaron barricadas, tendieron alfombras de vidrio, encendieron fogatas y marcharon hacia otras zonas para hacer cumplir el paro cívico indefinido. Estaban dispuestos a todo, a morir si es posible.

Cuando han venido los camiones aquí a la plaza Libertad, nosotros rápidamente nos hemos puesto al suelo para contraatacar, pensábamos que eran militares, pero resulta que habían sido nuestros hermanos ponchos rojos de Achacachi, ellos habían venido en apoyo y debajo de sus ponchos llevaban carabinas (Rufo, 23/07/2004).

Durante este conflicto social, los dirigentes y vecinos insurrectos crearon y recrearon nuevas capacidades organizativas y acumularon nuevas experiencias de lucha social. Pasados estos acontecimientos, Adrián (Presidente de la zona 16 de Julio III) fue elegido y posesionado como Comité de Vigilancia del Distrito N° 6, en mérito a las luchas sociales. Por esta razón, Adrián renunció al cargo de Presidente de la zona 16 de Julio III y su Vicepresidente Omar fue posesionado como nuevo Presidente de ésta zona y Edgar, como Vicepresidente, por sucesión de mandato. En esta coyuntura, muchas obras sociales fueron paralizadas y postergadas producto del chantaje político ejercido desde la institución edil por parte de los partidos del gobierno local (MIR y, posteriormente, PP), en desmedro y deterioro de la calidad de vida de los vecinos.

Pepelucho (Alcalde José Luís Paredes) nos ha paralizado la construcción del tinglado y del alcantarillado pluvial todo porque nos hemos opuesto a los Formularios Maya y Paya y a la venta del gas (Freddy, Vicepresidente de la zona 16 de Julio III, 26/06/2005).

Los dirigentes de la zona 16 de Julio III criticaron la Gestión Municipal del Alcalde José Luis Paredes (Pepelucho) y, en las Elecciones Municipales de 2004, no se vincularon a ninguna organización político partidaria, a diferencia de otras juntas vecinales del Distrito N° 6, que apoyaron a la agrupación ciudadana Plan Progreso (PP) de José Luis Paredes, de manera corporativa.

En un ampliado, los presidentes del Distrito (seis) han decidido apoyar a Pepelucho, pero nosotros nos estamos absteniendo, no estamos con ningún partido (Edgar, 21/11/2004).

Posteriormente, Omar fue elegido y posesionado como Sub Alcalde del Distrito N° 6, con el apoyo de las juntas vecinales opositoras. Por esta razón, Omar renunció al cargo de Presidente de la zona 16 de Julio III y su Vicepresidente Edgar fue posesionado como nuevo Presidente de ésta zona y Freddy, como Vicepresidente, por sucesión de mandato. En esta coyuntura, la construcción del tinglado y del alcantarillado pluvial siguió paralizado producto del chantaje político ejercido por el PP (partido del Gobierno local), Sin embargo, ésta zona consiguió algunas obras sociales de beneficio colectivo, a través de las movilizaciones de protesta.

Hemos mejorado las calles gracias a las movilizaciones, incluso hemos tenido que movilizar a los comerciantes de la feria 16 de Julio porque a ellos también les afectaba (Edgar, 30/06/2005).

Durante los conflictos sociales de 2005, los dirigentes y vecinos de la zona 16 de Julio III demandaron al Estado la anulación del contrato con la empresa multinacional Aguas del Illimani, ante el incumplimiento del contrato. Se organizaron como en octubre de 2003 y utilizaron las mismas estrategias de lucha social.

Nuestra demanda principal es expulsar a la transnacional Aguas del Illimani por haber incumplido los contratos, aquí en la zona no ha hecho ninguna inversión. Nosotros hemos pedido que cambie las cañerías de agua porque ya están viejas, el agua que tomamos es sucia y pagamos caro. Esperamos que esto cambie con la asamblea constituyente y la nacionalización de los hidrocarburos (Rufo, 05/06/2005).

Después de estos acontecimientos, en un ampliado de juntas vecinales del Distrito N° 6, Edgar fue elegido como candidato para representar a la Fejuve El Alto en el MAS en las Elecciones Generales y de Prefectos de Departamento de 2005, en mérito a su participación activa en las luchas sociales en contra de la empresa Aguas del Illimani y en rechazo a la continuidad de la política neoliberal del Gobierno de Carlos Mesa. Por esta razón, Edgar renunció al cargo de Presidente de la zona 16 de Julio III y su Vicepresidente Freddy fue posesionado como nuevo Presidente de ésta zona, por sucesión de mandato. Sin embargo, cuando la Fejuve El Alto rompió negociaciones con el MAS, Edgar negoció con Miguel Machaca (dirigente del MAS de la regional El Alto y candidato a Diputado Uninominal por la Circunscripción N° 16) para entrar como candidato titular a Diputado Uninominal del MAS, por la Circunscripción N° 13, en la vacancia que dejó Alberto Zarate, que fue excluido del MAS por figurar en la lista de candidatos de tres partidos.

Abel me dijo: “no te voy a perjudicar” y faltando dos días me lo ha firmado el voto resolutivo del Distrito, para respaldar mi candidatura en el MAS (Edgar, 04/12/2005).

Durante la campaña electoral, en la Circunscripción N° 13, los militantes del MAS rechazaron la candidatura de Edgar y apoyaron a Lucio Canaviri (candidato suplente) para que sea candidato titular. Sin embargo, Edgar formó su propia militancia con el apoyo de algunos dirigentes vecinales, comerciantes, vecinos y amistades.

Edgar y Lucio estaban peleados, ambos tenían sus jefes de campaña y cada quién hacia campaña por separado (Rufo, Jefe de Calle y jefe de logística del MAS, 13/12/2005).

En una asamblea de la junta de vecinos de la zona 16 de Julio III, Edgar hizo conocer las propuestas del MAS y se comprometió para viabilizar la conclusión de las obras sociales y buscar nuevos proyectos que beneficien a ésta zona. Al final, los vecinos le felicitaron y se organizaron para apoyar su campaña proselitista.

Con el Sub Alcalde hemos la conclusión de las obras. Ahora nuestro desafío es buscar nuevos proyectos para ésta zona (Edgar, 04/12/2005).

Algunos vecinos estamos saliendo a pegar afiches por las noches y cuidamos para que no lo bajen los militantes de PODEMOS (Virgilio, vecino de la zona 16 de julio III, 10/12/2005).

De esta forma, la junta de vecinos de la zona 16 Julio III se vinculó al MAS, a través de Edgar (mediador político) y Edgar ha obtenido apoyo político de los vecinos, mediante la manipulación de las demandas concretas y el discurso revolucionario. Desde entonces, los dirigentes de ésta zona gestionaron y canalizaron obras sociales, a través de las relaciones clientelares y los vínculos partidarios.

Ahora nuestra zona está bien representada y con ese apoyo en dos patadas lo hemos terminado la construcción del tinglado y del alcantarillado pluvial. También hemos cambiado la totalidad de las redes de agua porque ya estaban viejas. Ahora estamos avanzando con la instalación de gas domiciliario. Nosotros hemos demostrado con obras, aunque algunos vecinos nos critican, nos dicen que se han servido de la junta (Freddy, Presidente de la zona 16 de Julio III, 19/04/2007).

En el Distrito N° 6, la junta de vecinos de la zona 16 Julio III formó parte del bloque opositor, que a un principio era minoritario, pero gracias a las movilizaciones sociales, éste bloque lentamente se convirtió en bloque mayoritario y logró controlar los espacios de poder político. Posteriormente, los dirigentes de esta zona mantuvieron vínculos partidarios con el MAS y apoyaron a sus candidatos en la Elección de Representantes para la Asamblea Constituyente y el Referéndum Vinculante sobre Autonomías Departamentales de 2006.

Caso: zona Villa Adela II.

Las viviendas de Villa Adela fueron construidas por CONAVI en 1974, en los terrenos que en el pasado eran de propiedad de doña Adela Vertín (PAR – EL ALTO, *óp. cit.*; Quispe, *óp. cit.*). Las viviendas que se encuentran al norte fueron adjudicadas a los vecinos de la zona Munaypata, afectados por la construcción de la autopista La Paz – El Alto, los cuales crearon las zonas: Villa Adela Plan 145 y Villa Adela Plan 560. Mientras, las viviendas que se encuentran al sur se adjudicaron muchos profesionales, funcionarios públicos y comerciantes, que vivían en la ciudad de La Paz, pagaron en cuotas hasta veinte años plazo. Asimismo, los adjudicatarios de éste sector crearon la zona Villa Adela II, lo cual se ha elegido para el propósito de ésta investigación.

La zona Villa Adela II se encuentra ubicada en el Distrito Municipal N° 3 y Circunscripción N° 16 de la ciudad de El Alto, fue fundada el 15 de abril de 1976, tiene 1305 adjudicatarios y cuenta con todos los servicios como ser: agua potable por cañería, alcantarillado sanitario, red de energía eléctrica, red de gas domiciliario, telefonía fija, televisión por cable y seguridad privada en las calles. Los vecinos comparten y reproducen los valores de la cultura occidental y tienen el estatus social de clase media alta.

Aquí la gente tiene todo, parece que la mayoría son jaitas (pudientes), por eso no salen en las manifestaciones (Tino, Presidente de la zona Villa Adela II, 27/11/2004).

En la actualidad, ésta zona es considerada como una zona acomodada y comercial, ya que muchos negocios comerciales y talleres artesanales desarrollan sus actividades económicas. De esta forma, los vecinos conviven con las actividades informales y participan en las actividades socioculturales.

Durante nuestro periodo de investigación, la junta de vecinos de la zona Villa Adela II mostró cierta inestabilidad institucional y los dirigentes de turno se vincularon políticamente al MIR y, posteriormente, PP (partidos del Gobierno Municipal) y apoyaron la Gestión Municipal del Alcalde José Luis Paredes. Por eso, durante los acontecimientos de septiembre de 2003, la junta de vecinos apoyó la aplicación de los Formularios Maya y Paya.

Los dirigentes de la junta (de vecinos) no decían nada porque estaban de acuerdo con los Formularios, no han reaccionado y no se han movilizado como en otras zonas (Tino, 10/07/2004).

Efectivamente, los dirigentes de la zona Villa Adela II se desvincularon de los vecinos de base, no informaron ni convocaron a los bloqueos. Sin embargo, después de la masacre del 12 y 13 de octubre de 2003, algunos vecinos se movilizaron, más por presión de otras zonas.

Nosotros hemos salido a bloquear aquí a la plaza más por presión de otras zonas, porque venían rumores de que si no salíamos nos iban a atacar, apedrear y saquear; pero muchos vecinos sólo salían a ver, a curiosear y muy pocos a luchar. Nadie controlaba la asistencia ni había multas, todo era voluntario (Reynaldo, vecino de la zona Villa Adela II, 05/12/2004).

Los vecinos de la zona Villa Adela II se sumaron a los bloqueos como forma de autodefensa, incluso algunos dirigentes fueron obligados para participar en los bloqueos y marchas de protesta. Pasados estos acontecimientos, la junta de vecinos convocó a elecciones vecinales, en la cual ganó el frente “Unidad, Renovación, Progreso y Acción” (URPA) de Tino²⁴, quien asumió el cargo de Presidente de la junta de vecinos, desde el año 2004. Posteriormente, en vísperas de las Elecciones Municipales de 2004, Tino promovió la creación de la agrupación ciudadana Unidad de Renovación, Progreso y Acción (URPA), recibió el apoyo de algunos dirigentes vecinales del Distrito N° 3, que inscribieron a los vecinos como militantes de ésta agrupación ciudadana, con el fin de obtener su personalidad jurídica. Tenían que inscribir al menos 3200 militantes (2% del patrón electoral), pero no lograron éste objetivo. Ante esta situación, Tino decidió inscribir en algunos mercados y puntos estratégicos (cruce a Villa Adela, ceja, feria 16 de Julio, etc.), en la cual tuvo poca aceptación de la ciudadanía.

Podemos comprar y repartir refrescos como otras agrupaciones ciudadanas, pero no tenemos plata (Tino, 30/09/2004).

Posteriormente, Tino persistió en la obtención de la personalidad jurídica de la agrupación ciudadana URPA, a través de la alianza política con la agrupación ciudadana 1° EL ALTO de Edwin Cazorla y Heriberto (dirigentes de la agrupación ciudadana 1° EL ALTO), que no tenía personalidad jurídica. En una reunión, los dirigentes de ambas agrupaciones ciudadanas decidieron unificar los libros de filiación de militantes para viabilizar la obtención de la personalidad jurídica de la agrupación ciudadana URPA. Sin embargo, esta alianza política no se hizo realidad porque, a último momento, los dirigentes de la agrupación ciudadana 1° EL ALTO decidieron apoyar a la agrupación ciudadana Alternativa de Soluciones

²⁴ Durante los acontecimientos de septiembre y octubre de 2003, Tino participó en las luchas sociales como vecino de la zona Villa Adela II.

Independientes (ASI) de Víctor Martínez, que ya tenía su personalidad jurídica. Después de estos fracasos, Tino siguió en su lucha por obtener la personalidad jurídica de la agrupación ciudadana URPA, tenía tres días para inscribir al menos 500 militantes, elegir a los candidatos y elaborar un programa de Gobierno Municipal. Sin embargo, en esos días, Flora (Vicepresidenta de la zona Villa Adela II) arremetió en su contra.

En la anterior asamblea, las bases le han desconocido a Tino como Presidente de zona, mediante un voto resolutive, y me han pedido que asuma como Presidenta porque él nunca llama a asamblea, no informa sobre las obras y él sólo toma las decisiones (Flora, Vicepresidenta de la zona Villa Adela II, 01/10/2004).

Flora, en su condición de Vicepresidenta de la zona Villa Adela II, convocó a una asamblea de junta de vecinos, en la cual asistieron una treintena de vecinos, y cuando Tino llegó, inmediatamente lo cerraron la puerta de ingreso, él se ubicó en la palestra en medio de insultos y gritos ¡Que renuncie! ¡Que renuncie! No lo dejaron hablar ni dirigir la reunión. Una vecina bastante furiosa le dijo: *“Usted no nos ha convocado”*. Durante la asamblea, los vecinos presionaron a Tino para que renuncie como Presidente de zona, pero él no renunció.

Mi vicepresidenta está trabajando con Pepelucho (José Luis Paredes), ella ha preparado a la gente para revocarme diciendo que soy candidato por una agrupación (Tino, 01/10/2004).

La junta de vecinos de la zona Villa Adela II se dividió producto de la intromisión político partidaria y Tino perdió legitimidad como dirigente vecinal. Este conflicto llegó hasta instancias de la Fejuve El Alto, en la cual Flora y una decena de vecinos pidieron la renuncia de Tino como Presidente de ésta zona y la convocatoria para la elección de una nueva junta de vecinos. Sin embargo, Abel Mamani (Presidente de la Fejuve El Alto) rechazó ésta demanda amparándose en el voto resolutive de la Fejuve El Alto, que suspende todos los cambios de las juntas vecinales hasta pasada las Elecciones Municipales de diciembre de 2004. Finalmente, éste conflicto pasó de lo sindical a lo personal y tuvo su desenlace en instancias judiciales. De esta forma, se frustró el nacimiento de la agrupación ciudadana URPA y se esfumaron las aspiraciones políticas de Tino.

Durante la campaña electoral, Flora fungió como Presidenta de la junta de vecinos de la zona Villa Adela II y participó en las actividades proselitistas de la agrupación ciudadana Plan Progreso (PP) de José Luis Paredes. Esto se pudo observar la mañana del 28 de noviembre de 2004, en la cual Flora y los militantes de la agrupación ciudadana PP visitaron puerta a puerta a los vecinos de la zona Villa Adela II, regalaron calendarios, programas de Gobierno y embanderaron las viviendas. Mientras, Tino no militó en ninguna organización partidaria.

Después de las Elecciones Municipales de 2004, Tino siguió como Presidente de la zona Villa Adela II y gestionó la conclusión de la construcción del policlínico y del tinglado. Posteriormente, en los acontecimientos de mayo y junio de 2005, Tino y algunos vecinos apoyaron los bloqueos y marchas de protesta, casi al final del conflicto social. Demandaron la anulación del contrato con la empresa multinacional Aguas del Illimani y rechazaron la continuidad de la política neoliberal del Gobierno de Carlos Mesa.

El paro era en contra de (la empresa) Aguas del Illimani, nosotros salíamos por las mañanas aquí a la avenida Bolivia, de ahí iban en marcha los que querían y otros acompañaban hasta por ahí y se volvían. La junta estaba dividida (Reynaldo, vecino de la zona Villa Adela II, 14/12/2005).

Pasados estos acontecimientos, Tino dejó el cargo de Presidente de la zona Villa Adela II y se convocó a Elecciones Vecinales para el 10 de julio de 2005, en la cual ganó el frente Movimiento Vecinal de Renovación (MOVERE) de Ivar²⁵, quien como Presidente de zona dio continuidad en la construcción del policlínico y del tinglado hasta su conclusión. Durante las Elecciones Generales y de Prefectos de Departamento de 2005, Ivar se ha vinculado a la agrupación ciudadana Poder Democrático Social (PODEMOS), después de que ésta organización partidaria realizó una alianza política con la agrupación ciudadana PP.

Estamos apoyando a Tuto porque no hay otra alternativa (Ivar, Presidente de la zona Villa Adela II 14/12/2005).

En esta coyuntura política, la junta de vecinos de la zona Villa Adela II apoyó a los candidatos de la agrupación ciudadana PODEMOS. Sin embargo, en la elección de representantes para la asamblea constituyente, Ivar apoyó a los candidatos del MAS, a través del bloque de juntas vecinales del Distrito N° 3, vinculado a ésta organización partidaria.

El 90% de los presidentes (de zona) del Distrito tres hemos decidido apoyar a los candidatos del MAS para la Asamblea Constituyente (Ivar, 02/07/2006).

De esta forma, las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II representaron y canalizaron las demandas de la ciudadanía hacia el sistema político y el Estado. Así, en los procesos de rebelión y lucha social, los dirigentes vecinales canalizaron las demandas de la ciudadanía hacia el Estado, de forma directa, a través de las movilizaciones de protesta. Además, durante estos procesos, los dirigentes fueron promocionados desde la plataforma de estas organizaciones vecinales y acumularon mayor capital social y político. Mientras, en los periodos de elección de las autoridades locales, los dirigentes vecinales representaron las demandas de la ciudadanía, de forma indirecta, a través de las relaciones clientelares y los vínculos partidarios. Durante estos periodos, las juntas vecinales fueron transformadas en clientes corporativos y los dirigentes, en operadores políticos o candidatos, en función a los intereses políticos partidarios.

²⁵ Ivar es militante del PP (partido del Gobierno local) y trabaja en la Alcaldía Municipal de El Alto, en el programa “Bono Esperanza”.

2.7. Comportamiento electoral.

Durante la década de los noventa, El Alto se ha constituido en el bastión electoral del partido Conciencia De Patria (CONDEPA) de Carlos Palenque. Este partido neopopulista desplazó una campaña mediática permanente, a través del sistema RTP (medio de comunicación de propiedad de Carlos Palenque), y utilizó como estrategia electoral el discurso contestatario, la interpelación étnico – cultural a los sectores populares históricamente excluidos del poder político y las prácticas asistenciales. De esta forma, CONDEPA conquistó al electorado alteño y se mantuvo al frente de la institución edil, por mucho tiempo. Sin embargo, después de la muerte de Carlos Palenque en marzo de 1997, éste partido lentamente perdió legitimidad y – como dice Quisbert – sus redes de clientelas lentamente fueron desarticuladas y cooptadas por los partidos de oposición (Quisbert, *óp. cit.*). A esto habrá que añadir que CONDEPA, al participar en los gobiernos neoliberales, mermó su legitimidad y precipitó su desaparición, en el campo político.

En este contexto de fondo se desarrollaron las Elecciones Municipales de diciembre de 1999, en la cual CONDEPA obtuvo 31,155 votos (19,58%, 3 concejales), MIR 72,538 votos (45,59%, 7 concejales), MNR 10,468 votos (6,58%, 1 concejal) y otros partidos 44,936 votos (28,24%, 0 concejales).

EL ALTO: ELECCIONES MUNICIPALES 1999 (Cantidad de votos y porcentaje por partido)		
PARTIDOS	CONCEJALES	VOTACIÓN
CONDEPA	3 Concejales	 31,155; 19,58 %
MIR	7 Concejales	 72,538; 45,59 %
MNR	1 Concejal	 10,468; 6,58 %
OTROS PARTIDOS	0 Concejales	 44,936; 28,24 %
TOTAL	11 Concejales	159,124; 100,00 %

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Corte Nacional Electoral (CNE)
<http://www.cne.org.bo/> (15-03-2011).

Efectivamente, CONDEPA salió como el gran perdedor de estos comicios porque perdió el control de la institución edil, después de diez años de hegemonía local. Mientras, el MIR ganó ampliamente en las urnas, bajo el liderazgo de José Luís Paredes (Pepelucho), que durante la campaña electoral mostró una postura contestataria a la gestión municipal de CONDEPA, politizó los valores y símbolos de la cultura aymara representada en la cholita Bertha Acarapi (candidata a Concejal) y – como dice Mayorga – desplazó una fuerte campaña mediática, acompañada de ofertas asistenciales (Mayorga, 2001). De esta forma, el MIR heredó las viejas estrategias políticas de los partidos neopopulistas CONDEPA y UCS.

Sin embargo, después de la posesión del Alcalde José Luís Paredes en enero de 2000, los conflictos sociales persistieron ante la desatención de las demandas sociales por parte de la institución edil y el aumento desmedido y arbitrario de las tarifas de consumo de agua

potable y energía eléctrica por parte de las empresas capitalizadas Aguas del Illimani y Eléctropaz, respectivamente. En este contexto, las organizaciones sociales de El Alto, y con más fuerza las organizaciones campesinas dirigidas por Felipe Quispe y cocaleras dirigidas por Evo Morales, politizaron y polarizaron al electorado alteño.

El descontento de la población alteña creció hacia las Elecciones Generales de junio de 2002, en la cual CONDEPA obtuvo 1,638 votos (0,64%), UCS 5,494 votos (2,13%), NFR 54,446 votos (21,12%), ADN 2,258 votos (0,88%), MIR 32,335 votos (12,54%), MNR 22,225 votos (8,62%), MAS 72,164 votos (27,99%), MIP 46,623 votos (18,08%) y Otros partidos 20,647 votos (8,01%).

EL ALTO: ELECCIONES GENERALES 2002 Presidente, Vicepresidente, senadores y diputados plurinominales (Cantidad de votos y porcentaje por partido)		
PARTIDOS	EL ALTO	NACIONAL
CONDEPA	1,638; 0,64 %	10,336; 0,37 %
UCS	5,494; 2,13 %	153,210; 5,51 %
NFR	54,446; 21,12 %	581,163; 20,91 %
ADN	2,258; 0,88 %	94,386; 3,40 %
MIR	32,335; 12,54 %	453,375; 16,32 %
MAS	72,164; 27,99 %	581,884; 20,94 %
MIP	46,623; 18,08 %	169,239; 6,09 %
MNR	22,225; 8,62 %	624,126; 22,46 %
OTROS PARTIDOS	20,647; 8,01 %	111,089; 4,00 %
TOTAL	257,830; 100,00 %	2,778,808; 100,00 %

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Corte Nacional Electoral (CNE)
http://www.cne.org.bo/proces_electoral/generales/resultados2002/ver_resul_cir.asp
 (15-03-2011).

En la votación para Presidente, Vicepresidente, senadores y diputados plurinominales se impuso el “voto protesta” del electorado alteño a favor de los partidos de izquierda MAS de Evo Morales y el MIP de Felipe Quispe, que mostraron un rápido crecimiento electoral, a nivel local y nacional²⁶. Durante la campaña proselitista, estos partidos conquistaron al electorado alteño mediante el discurso revolucionario abiertamente anticapitalista y antimperialista, fuertemente ligada a las reivindicaciones sociales y étnico – culturales. A esto habrá que añadir la intromisión política de Estados Unidos, a través del ex embajador Manuel Rocha, que a pocos días de celebrarse éstos comicios, sostuvo un discurso anti sindical y anti campesino, lo cual desató malestar y bronca en el electorado. Estos factores influyeron en la definición del “voto protesta” del electorado alteño a favor de los partidos de izquierda MAS y MIP y en desmedro de los partidos neoliberales.

²⁶ El MAS obtuvo el segundo lugar de la votación nacional con opción a ser Gobierno.

Sin embargo, en la votación para Diputados Uninominales, el MIR (partido del Gobierno local) ganó en la Circunscripción N° 13 con 10,670 votos (24,21%) y en la Circunscripción N° 14 con 16,637 votos (34,80%), la NFR ganó en la Circunscripción N° 15 con 13,014 votos (19,42%) y el MIP ganó en la Circunscripción N° 16 con 14,716 votos (23,22%).

EL ALTO: ELECCIONES GENERALES 2002			
Diputados uninominales			
(Cantidad de votos y porcentaje por Circunscripción)			
CIR.	PARTIDOS	DIPUTADOS	VOTACIÓN
13	MIR NM-FRI	IRINEO ESPINOZA	10,670; 24,21 %
14	MIR NM-FRI	CLAUDIA PAREDES	16,637; 34,80 %
15	NFR	ALEJANDRO ZAPATA	13,014; 19,42 %
16	MIP	POLICARPIO CASTAÑETA	14,716; 23,22 %

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Corte Nacional Electoral (CNE)
http://www.cne.org.bo/proces_electoral/generales/resultados2002/ver_resul_cir.asp?act=2&cir=13, 14, 15 y 16 (15-03-2011).

En la votación para diputados uninominales, el electorado alteño optó por el “voto cruzado”, fuertemente alentada por las ofertas ideológico – culturales de los partidos de izquierda indígena y las ofertas asistenciales de los partidos neoliberales. En el parlamento, el MAS se ha constituido en la segunda fuerza política del país con opción a ser Gobierno, pero los partidos neoliberales MNR, MIR, UCS y, posteriormente, NFR formaron la llamada mega coalición, con el fin de apoyar el segundo mandato de Gonzalo Sánchez de Lozada (Goni) y controlar el parlamento. Sin embargo, el manifiesto cuoteo político dentro del parlamento y las movilizaciones sociales en las calles no tardaron en colapsar el país. La situación se complicó en febrero de 2003, cuando el Gobierno de Goni decretó el impuesto sobre los salarios de las masas trabajadoras, lo cual fue abrogada ante las protestas sociales y los enfrentamientos sangrientos del 12 y 13 de febrero de 2003 entre policías y militares en inmediaciones de la plaza Murillo. Este hecho dejó como saldo más de treinta muertos y muchos heridos (Gomes, óp. cit.). En El Alto, las masas enardecidas saquearon la aduana, quemaron la alcaldía y asaltaron a las entidades financieras.

Asimismo, en septiembre de 2003, los conflictos sociales emergieron desde diferentes frentes y se radicalizaron ante la magnitud de las demandas sociales irresueltas por el Gobierno central. El sector campesino protagonizó el bloqueo de caminos en el altiplano norte y su dirigencia se declaró en huelga de hambre colectiva en instalaciones de la Radio San Gabriel. Mientras, en la ciudad de El Alto, los conflictos sociales estallaron cuando el Gobierno Municipal decretó el aumento del impuesto a las viviendas, a través de los llamados Formularios Maya y Paya. Ante éste atropello, las juntas vecinales de El Alto organizaron la resistencia vecinal y paralizaron ésta joven ciudad hasta lograr la anulación de dichos Formularios.

La situación se complicó en octubre de 2003, después de la elección manipulada del defensor del pueblo Iván Zegada vinculada al MNR (partido en función de Gobierno)²⁷ y la masacre de Warisata y Sorata²⁸. Los sectores movilizados rechazaron la venta de gas a Chile y la firma del ALCA. También demandaron la nacionalización e industrialización de los hidrocarburos, la anulación de la Ley de Protección y Seguridad Ciudadana y la atención a sus demandas sectoriales. Desde el 8 de octubre de 2003, las masas rebeldes asediaron al Gobierno de Goni y construyeron un discurso contra hegemónico. Por su parte, el Gobierno de Goni desplazó a las Fuerzas Armadas para restablecer el orden social, lo cual terminó con la masacre a la población civil, la renuncia de Goni y la posesión de Carlos Mesa como Presidente de Bolivia, por sucesión de mandato constitucional. Según Ramos, estos hechos dejaron como saldo 73 muertos (49 en la ciudad El Alto, 12 en la ciudad de La Paz, 11 en las provincias de La Paz y 1 en Santa Cruz) y más de 470 heridos por balas (Ramos, 2004). Durante estos conflictos, los partidos tradicionales perdieron legitimidad y sus redes de clientelas fueron desarticuladas por las fuerzas populares de acción colectiva.

En este contexto de crisis política se desarrollaron las Elecciones Municipales de 2004, en la cual la Ley de Agrupaciones Ciudadanas y Pueblos Indígenas²⁹ alentó la formación de nuevas organizaciones partidarias y fortaleció el sistema político partidario. En el Municipio de El Alto participaron 21 organizaciones partidarias (8 partidos políticos y 13 agrupaciones ciudadanas), de las cuales se destaca la participación de la agrupación ciudadana Plan Progreso (PP) de José Luis Paredes, que se desmarcó del MIR y mantuvo su estructura clientelar y prebendal, fuertemente vinculada a la institución edil. Asimismo, se destaca la participación de ex dirigentes de la Fejuve El Alto como ser: Mauricio Cori por la Nueva Fuerza Republicana (NFR) y Guadalupe Cárdenas por la agrupación ciudadana Movimiento Bolivariano (MOVIBOL), y de ex dirigentes de la COR El Alto como ser: Roberto de la Cruz por la agrupación ciudadana Movimiento 17 de octubre (M-17) y Juan Meléndrez por el Movimiento Sin Miedo (MSN). Sin embargo, mucha gente mostró indiferencia y rechazo a las organizaciones partidarias. Esto se pudo observar la tarde del 2 de diciembre de 2004, en la cual muchas organizaciones partidarias realizaron sus cierres de campaña en la avenida 6 de Marzo y en las calles adyacentes a la Ceja, que fueron cerradas. Ante esta situación la gente se trasladó a pie y a su paso se encontraron con los causantes del bloqueo, es decir, con los partidos políticos y las agrupaciones ciudadanas. Les gritaron ¡Asesinos! ¡Ladrones! ¡Vende patrias, por culpa de ustedes estamos sin trabajo!... Armaron una gigantesca turba que atacó con palos, piedras y botellas a los militantes del MNR, UN, MIR y otros partidos.

²⁷ El oficialismo mostró su mayor vergüenza al apropiarse del defensor del pueblo y de cinco tribunos mediante el cuoteo (La Razón, 04/09/2003: A8).

²⁸ El sábado 20 de septiembre de 2003, los militares dirigidos por Carlos Sánchez Berzaín, en un operativo de rescate a los turistas, masacraron a los pobladores de la localidad de Warisata y Sorata, en la cual murieron Primitivo Curaca, Juan Cosme de 38 años, Marcos Quispe de 20 años, Marlene Rojas de 8 años y un soldado y muchos quedaron heridos (Gomes, *óp. cit.*: 42-47).

²⁹ La Ley de Agrupaciones Ciudadanas y Pueblos Indígenas N° 2771 fue promulgado por el Gobierno de Carlos Mesa Gisbert el 6 de julio de 2004.

En este contexto de fondo, se celebraron las Elecciones Municipales de diciembre de 2004, en la cual el MAS obtuvo 45,698 votos (17,07%, 3 concejales), PP 140,777 votos (52,57%, 7 concejales), M-17 30,241 votos (11,29%, 1 Concejal) y Otros partidos 51,066 votos (19,07%, 0 concejales).

EL ALTO: ELECCIONES MUNICIPALES 2004 (Cantidad de votos y porcentaje por organización partidaria)		
SIGLA	CONCEJALES	VOTACIÓN
MAS	3 Concejales	45,698; 17,07 %
PP	7 Concejales	140,777; 52,57 %
M-17	1 Concejal	30,241; 11,29 %
OTROS PARTIDOS	0 Concejales	51,066; 19,07 %
TOTAL	11 Concejales	267,782; 100,00 %

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Corte Nacional Electoral (CNE)
<http://www.cne.org.bo/sirenamun/marcos.aspx?var1=menu&var2=wfrmmunicipal>
 (15-03-2011).

Efectivamente, la agrupación ciudadana Plan Progreso (PP) de José Luis Paredes ganó ampliamente en estos comicios. Esta agrupación ciudadana se desmarcó del MIR, pero mantuvo su estructura clientelar y prebendal, fuertemente ligada a la institución edil. Mientras, los partidos de izquierda Movimiento Al Socialismo (MAS) y Movimiento 17 de octubre (M-17) se convirtieron en las nuevas fuerzas políticas de oposición, a nivel local. En el campo político, las organizaciones partidarias compitieron en desigualdad de condiciones con el aparato clientelar de la agrupación ciudadana PP y fracasaron por falta de una estructura clientelar, recursos económicos y liderazgo, ya que sus candidatos mostraron escasa legitimidad y se vieron opacadas frente a la buena reputación de José Luís Paredes.

Después de estos comicios, los conflictos sociales persistieron en la urbe alteña, esta vez, las juntas vecinales demandaron la cesación de contrato con la empresa capitalizada Aguas del Illimani, por no ampliar ni mejorar la cobertura del servicio de agua potable y alcantarillado y, lo que es peor, por elevar las tarifas de consumo de éste líquido elemento, de forma desmedida y arbitraria, en desmedro de la economía de la población alteña. La tensión social explotó en mayo de 2005, en la cual los sectores movilizados se articularon, en función a las demandas irresueltas como ser: la nacionalización e industrialización de los hidrocarburos, la aprobación de la nueva Ley de hidrocarburos, la convocatoria a la Asamblea Constituyente, el juicio de responsabilidades a Goni, la creación de fuentes de trabajo, etc. Los sectores movilizados coordinaron acciones y asediaron al Gobierno central hasta lograr la renuncia de Carlos Mesa y la posesión de Eduardo Rodríguez Veltzé (Presidente de la Corte Suprema de Justicia) como Presidente de Bolivia, por sucesión de mandato constitucional, con el fin de convocar a nuevas Elecciones Generales³⁰.

³⁰ El Gobierno de Eduardo Rodríguez, mediante los D.S. N° 28228 y 28229 de 6 de julio de 2005, convocó a Elecciones Generales y de Prefectos de Departamento, a realizarse el 18 diciembre de 2005.

En este contexto turbulento, se desarrollaron las Elecciones Generales de diciembre 2005, en la cual el partido UN obtuvo 14,218 votos (4,64%), FREPAB 1,018 votos (0,33%), MIP 6,712 votos (2,19%), NFR 1,249 votos (0,41%), MAS 23,6015 votos (77,09%), MNR 4,015 votos (1,31%), USTB 624 votos (0,20%) y PODEMOS 42,293 votos (13,82%).

EL ALTO: ELECCIONES GENERALES 2005			
Presidente, Vicepresidente, senadores y diputados plurinominales			
(Cantidad de votos y porcentaje por organización partidaria)			
SIGLA	EL ALTO	NACIONAL	
UN	14,218; 4,64 %	224,090; 7,80 %	
FREPAB	1,018; 0,33 %	8,737; 0,30 %	
MIP	6,712; 2,19 %	61,948; 2,16 %	
NFR	1,249; 0,41 %	19,667; 0,68 %	
MAS	236,015; 77,09 %	1,544,374; 53,74 %	
MNR	4,015; 1,31 %	185,859; 6,47 %	
USTB	624; 0,20 %	7,381; 0,26 %	
PODEMOS	42,293; 13,82 %	821,745; 28,59 %	
TOTAL	306,144; 100,00 %	2,873,801; 100,00 %	

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Corte Nacional Electoral (CNE)
<http://www.cne.org.bo/sirenacomp/index.aspx> (15-03-2011).

En la urbe alteña, el MAS literalmente arrasó en las urnas porque casi 8 de cada 10 electores votaron por éste partido, lo cual es producto de la buena reputación de Evo Morales Ayma, que cosechó como dirigente social y líder opositor a los gobiernos neoliberales. A esto habrá que añadir el despliegue de una fuerte campaña mediática por parte de los candidatos del MAS, que alentaron el “voto conciencia”, en desmedro del “voto clientelar” promovido por los partidos neoliberales. De esta forma, el MAS conquistó al electorado alteño y consolidó su estructura partidaria, a nivel local. Mientras, el MIP desapareció del campo político.

Asimismo, en la votación para Diputados Uninominales, el MAS ganó en la Circunscripción N° 13 con 25,721 votos (62,29%), en la Circunscripción N° 14 con 22,425 votos (58,62%), en la Circunscripción N° 15 con 45,550 votos (69,28%) y en la Circunscripción N° 16 con 40,081 votos (67,62%).

EL ALTO: ELECCIONES GENERALES 2005			
Diputados Uninominales			
(Cantidad de votos y porcentaje por organización partidaria)			
CIR.	SIGLA	DIPUTADOS	VOTACIÓN
13	MAS	EDGAR VALERIANO	25,721; 62,29 %
14	MAS	OSCAR CHIRINOS	22,425; 58,62 %
15	MAS	TONY CONDORI	45,550; 69,28 %
16	MAS	MIGUEL MACHACA	40,081; 67,62 %

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Corte Nacional Electoral (CNE)
<http://www.cne.org.bo/> (15-03-2011).

Efectivamente, los candidatos a Diputados Uninominales del MAS ganaron en las cuatro circunscripciones uninominales de El Alto, de forma contundente. Mientras, los candidatos de la agrupación ciudadana PP (partido del Gobierno local), que participaron en alianza con la agrupación ciudadana Poder Democrático y Social (PODEMOS), perdieron en las urnas. Durante la campaña electoral, el MAS utilizó como estrategia electoral el discurso revolucionario anticapitalista y antimperialista, fuertemente anclada a las reivindicaciones sociales y étnico – culturales, y la cooptación clientelar de las organizaciones sociales. De esta forma, el MAS se ha constituido en la primera fuerza política del país con el 53.74% de la votación nacional y Evo Morales Ayma fue posesionado como nuevo Presidente de Bolivia el 22 de enero de 2006, con más de dos tercios de respaldo del parlamento. La Cámara de Diputados quedó bajo el control del partido oficialista y la Cámara de Senadores, bajo el control de los partidos de oposición PODEMOS, UN y MNR.

Sin embargo, en la votación para Prefecto por el Departamento de La Paz, el electorado alteño votó de la siguiente forma: UN obtuvo 10,034 votos (3,31%), FREPAB 41,340 votos (13,65%), MAS 116,351 votos (38,41%), PODEMOS 118,824 votos (39,22%) y Otros partidos 16,385 votos (5,41%).

ELECCIONES PREFECTURALES 2005 (Cantidad de votos y porcentaje por partido)		
PARTIDOS	EL ALTO	DEP. LA PAZ
UN	10,034; 3,31 %	46,026; 4,84 %
FREPAB	41,340; 13,65 %	113,857; 11,98 %
MAS	116,351; 38,41 %	321,385; 33,81 %
PODEMOS	118,824; 39,22 %	361,055; 37,99 %
OTROS PARTIDOS	16,385; 5,41 %	108,134; 11,38 %
TOTAL	302,934; 100,00 %	950,457; 100,00 %

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Corte Nacional Electoral (CNE)
<http://www.cne.org.bo/> (15-03-2011).

En la elección para Prefecto por el Departamento de La Paz, José Luís Paredes (candidato de PODEMOS) ganó con cierta comodidad. Mientras, Manuel Morales (candidato del MAS) perdió en las urnas porque careció de legitimidad política. En El Alto, la votación de José Luís Paredes se ha visto reducida en un 13,35% con relación a las Elecciones Municipales de 2004, producto de su alianza con PODEMOS (partido de ultra derecha). Sin embargo, buena parte del electorado alteño votó por éste candidato como forma de agradecimiento por las obras sociales realizadas durante su gestión como Alcalde de El Alto y con la expectativa de que realice buena gestión pública al frente de la Prefectura del Departamento de La Paz. De esta forma, en estos comicios, el electorado alteño optó por el “voto cruzado”, fuertemente alentada por las ofertas ideológicas y culturales y las ofertas clientelares.

Finalmente, en la elección de representantes para la Asamblea Constituyente y el Referéndum Vinculante sobre Autonomías Departamentales de 2006, en la Circunscripción N° 13 el MAS obtuvo 40,859 votos (76,28%, 2 Asambleístas), en la Circunscripción N° 14 obtuvo 34,717 votos (66,86%, 2 Asambleístas), en la Circunscripción N° 15 obtuvo 72,917 votos (77,55%, 2 Asambleístas) y en la Circunscripción N° 16 obtuvo 68,380 votos (79,26%, 2 Asambleístas). Mientras, UN obtuvo tres Asambleístas por ser la segunda fuerza política en la Circunscripción N° 13, 14 y 15 y PODEMOS obtuvo un Asambleísta por ser la segunda fuerza política en la Circunscripción N° 16.

EL ALTO: ASAMBLEA CONSTITUYENTE 2006 (Cantidad de votos y porcentaje por Circunscripción)				
CIR.	UN	PODEMOS	MAS	OTROS
13	■ 3,290; 6,14%	■ 2,417; 4,51%	■ 40,859; 76,28%	■ 7,002; 13,07%
	1 Asambleísta	0 Asambleístas	2 Asambleístas	0 Asambleístas
14	■ 5,911; 11,38%	■ 4,340; 8,36%	■ 34,717; 66,86%	■ 6,955; 13,39%
	1 Asambleísta	0 Asambleístas	2 Asambleístas	0 Asambleístas
15	■ 4,759; 5,06%	■ 4,201; 4,47%	■ 72,917; 77,55%	■ 12,146; 12,92%
	1 Asambleísta	0 Asambleístas	2 Asambleístas	0 Asambleístas
16	■ 3,547; 4,11%	■ 3,618; 4,19%	■ 68,380; 79,26%	■ 10,729; 12,44%
	0 Asambleístas	1 Asambleísta	2 Asambleístas	0 Asambleístas

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Corte Nacional Electoral (CNE)
<http://www.cne.org.bo/sirenacomp06/wfrmcircunscripcion.aspx> (15-03-2011).

En estos comicios, el MAS nuevamente arrasó en las urnas y obtuvo ocho asambleístas (dos por Circunscripción por ser la primera fuerza política) y tuvo fuerte influencia en el triunfo del NO para no establecer la autonomía del Departamento de La Paz. Según la CNE, en El Alto, el SI obtuvo 60,765 votos (19,72%) y el NO obtuvo 247,383 votos (80,28%). En el Departamento de La Paz, el SI obtuvo 256,664 votos (26,56%) y el NO obtuvo 709,848 votos (73,44%). A nivel nacional, el NO ganó en cinco departamentos y el SI en cuatro, lo cual le permitió al Gobierno de Evo Morales reducir y controlar el radio de influencia de los partidos de oposición, que se atrincheraron en las ciudades capitales de tierras bajas.

En consecuencia, los procesos revolucionarios y las nuevas legislaciones democratizadoras influyeron en el comportamiento electoral de El Alto, en la cual los partidos tradicionales fueron desplazados por las nuevas organizaciones partidarias, que emergieron en el campo político. La consolidación del MAS como la principal fuerza política de El Alto está fuertemente anclada a la legitimidad y reputación política de Evo Morales Ayma, que ahora como Presidente de Bolivia se ha constituido en el principal referente de los indígenas y de las clases populares históricamente excluidos del poder político. A esto habrá que añadir la movilización permanente de recursos ideológico-culturales y la cooptación clientelar de las organizaciones sociales, los cuales sostienen el nuevo régimen de poder.

Capítulo Tres

LA CONSTRUCCIÓN DE LAS RELACIONES CLIENTELARES

A partir del 2000, y con más fuerza desde el 2003, el sistema clientelar de los partidos tradicionales ha sido desarticulada por las insurrecciones indígena populares y desmantelada por las nuevas legislaciones democratizadoras. A la muerte del viejo sistema clientelar, las nuevas organizaciones partidarias, que emergieron en el campo político, alentaron la formación de nuevas relaciones clientelares dentro de la estructura de las juntas vecinales de El Alto. Estas relaciones involucraron a patrones, mediadores y clientes, en la cual el mediador o *broker* es el agente que intermedia en el intercambio de bienes tangibles y simbólicos entre los socios patrón – cliente. Mientras, los clientes individuales o colectivos ocuparon la base de la estructura clientelar y se vincularon al patrón o estructura estatal, a través de los mediadores políticos, que también son clientes, pero a diferencia de los demás clientes, estos guardan estrecha relación con el patrón o estructura estatal y tienen influencia a nivel local, porque tienen acumulado mayor capital social y político. Por eso, los mediadores son clientes de mayor jerarquía, los cuales pueden cooptar y transformar a las juntas vecinales en clientes corporativos, en función a la expectativa de obras sociales, y pueden reclutar y transformar a los vecinos electores en clientes burocráticos, en función a la expectativa de pegas. Por consiguiente, las relaciones clientelares están motivadas por un conjunto de fines, que ordenan y estructuran la relación clientelar.

En consecuencia, existen dos tipos principales de intermediación clientelar, uno corporativo y otro personalizado, los cuales aparentemente son contrarias, pero en el fondo se complementan y forman las llamadas “instituciones clientelares”, que son redes sociales y políticas de intercambio clientelar. Estas instituciones son, en realidad, un mecanismo de mediación política informal entre el Estado, el sistema político y la sociedad.

3.1. La mediación clientelar corporativa.

Durante el período turbulento 2000 – 2006, las juntas vecinales de El Alto fueron politizadas y divididas en dos bloques contrarios y antagónicos, los cuales lucharon por controlar los espacios de poder político. Por un lado, el bloque oficialista vinculado a los partidos de turno y por el otro, el bloque opositor vinculado al bloque nacional popular. En los momentos de rebelión y lucha social, las juntas vecinales opositoras alentaron la resistencia popular y canalizaron las demandas sociales hacia el Estado, de forma directa. Los dirigentes actuaron como mediadores políticos informales y acumularon mayor capital social y político. Mientras, en los momentos de elección de las autoridades locales, las juntas vecinales actuaron políticamente como clientes corporativos, a través de los dirigentes de la junta vecinal, que se transformaron en operadores políticos; incluso algunos dirigentes se lanzaron a la arena política como candidatos, que utilizaron la plataforma de las juntas vecinales y provocaron cierta inestabilidad política en estas organizaciones. De esta forma, las juntas vecinales de El Alto operaron políticamente como mediadores políticos informales y, a su vez, como clientes corporativos, muchas veces, promovida y sustentada por las organizaciones partidarias, a través de las relaciones clientelares.

Ahora bien, el viaje nos llevará a dos populosas zonas de la ciudad de El Alto como ser: la zona 16 de julio III y la zona Villa Adela II. Estas no son zonas de relegación urbana sino, al contrario, son zonas céntricas y comerciales, los cuales reflejan la complejidad de la ciudad de El Alto porque la población difiere en términos de procedencia, identidad cultural, situación económica, estatus social, tendencia política, etc. Durante nuestro periodo de investigación, se ha identificado algunos problemas comunes y recurrentes como ser: la falta de fuentes de empleo fijo y el deterioro de la calidad de vida de los vecinos, los cuales han sido objeto de manipulación político partidaria, a través de las relaciones clientelares.

3.1.1. Los clientes corporativos.

Las juntas vecinales de las zonas: 16 de julio III y Villa Adela II son sujetos políticos y como tal actuaron como mediadores políticos informales y, a su vez, como clientes corporativos, a través de sus dirigentes. Estos representaron y canalizaron las demandas sociales hacia el sistema político y Estado, de forma directa, en unas circunstancias y en otras, de forma indirecta, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares. Los clientes corporativos se vincularon a los bloques o camarillas e intercambiaron “apoyo político por obras sociales” con el patrón o estructura estatal, a través de los mediadores políticos. La particularidad de estas relaciones es que los clientes corporativos no se vincularon a un sólo mediador político sino a una red de mediadores políticos afines, que controlaron los espacios de poder político en los distritos municipales como ser: las sub alcaldías, los comités de vigilancia, la representación del Distrito en la Fejuve El Alto y otras representaciones de poder político creados de manera temporal. A esto habrá que añadir que los clientes corporativos operaron políticamente desde la estructura de las organizaciones vecinales y no se subordinaron a la estructura de las organizaciones partidarias.

En el caso de la zona 16 de Julio III, la junta vecinal se ha transformado en cliente corporativo y los dirigentes, en operadores políticos, fuertemente vinculados al bloque opositor. En los momentos de rebelión y lucha social, los dirigentes encabezaron las luchas sociales y acumularon mayor capital social y político. Posteriormente, en los momentos de elección de las autoridades del Distrito N° 6, los dirigentes fueron elegidos como autoridades, en reconocimiento a su liderazgo en las luchas sociales.

Gracias a las movilizaciones, Adrián es Presidente del Comité de Vigilancia del Distrito, Omar es Sub Alcalde y Edgar es Diputado Nacional (los tres fueron presidentes de la zona 16 de Julio III)... Ahora tenemos apoyo por todo lado y con ese apoyo podemos conseguir muchas cosas (Freddy, 19/04/2007).

Los dirigentes de esta zona alentaron la construcción del bloque opositor ante la exclusión y chantaje político ejercido por los partidos de turno (MIR y, posteriormente, PP), desde la institución edil. Ampliaron su capacidad de influencia de la mano de las movilizaciones sociales y lentamente controlaron los espacios de poder político en el Distrito N° 6, a través de las relaciones clientelares y los vínculos partidarios. En este periodo turbulento, la junta vecinal ha mostrado cierta inestabilidad política institucional debido a la renuncia de los presidentes de zona, que asumieron como autoridades políticas en las instituciones públicas.

Asimismo, en el caso de la zona Villa Adela II, la junta vecinal también se ha transformado en cliente corporativo y los dirigentes, en operadores políticos, que en principio se vincularon al bloque oficialista y, posteriormente, al bloque opositor. En los momentos de rebelión y lucha social, la junta vecinal se ha dividido y no ha mostrado capacidad de movilización social, pero los vecinos se han movilizadado como forma de autodefensa ante la fuerte presión social de las zonas aledañas. Desde el año 2000, esta junta vecinal se ha vinculado al MIR y PP (partidos del Gobierno local) y, desde la Elección de Representantes para la Asamblea Constituyente de 2006, se ha vinculado al MAS (partido del Gobierno central). Estos partidos politizaron y dividieron a la junta vecinal de la zona Villa Adela II, en función a los intereses políticos partidarios.

Mí vicepresidenta (Flora) está trabajando con Pepelucho (José Luis Paredes), ella ha preparado a la gente para revocarme diciendo que soy candidato por una agrupación (Tino, 01/10/2004).

Durante los periodos electorales, los dirigentes de la zona Villa Adela II comprometieron políticamente a la junta vecinal, lo cual provocó cierta inestabilidad política institucional. No obstante, para los dirigentes de la junta vecinal, la pertenencia al bloque o camarilla está antes que el partido y, muchas veces, la traición es sancionada con chantaje político y la lealtad premiada con obras sociales y también privilegios personales.

Las redes de alianzas corporativas operaron tanto en los momentos de rebelión y lucha social como en los periodos electorales. Estas redes de relaciones sociales y políticas fueron construidas desde abajo con la participación de los vecinos, pero después fueron cooptadas y transformadas en redes de clientelas corporativas por las nuevas organizaciones partidarias. Más concretamente, en los momentos de rebelión y lucha social, los dirigentes vecinales acumularon mayor capital social y político, lo cual ha gravitado en los momentos de elección de las autoridades locales, donde los mediadores políticos o candidatos negociaron el apoyo político de los dirigentes a cambio de obras sociales para sus zonas. Desde esta perspectiva, lo corporativo aparece en principio como anti clientelar, pero en el fondo es profundamente clientelar. Sin embargo, en las relaciones clientelares corporativas no sólo se intercambiaron bienes materiales y recursos sino también bienes simbólicos, que circulan dentro de los bloques o camarillas como ser: sentimientos, pensamientos, percepciones, experiencias de lucha, pautas culturales, valores, símbolos, identidades, cosmovisiones, creencias e ideologías. Por eso, las relaciones clientelares corporativas se viven como algo normal y natural, como parte de la cultura política.

Hasta aquí se ha mostrado la formación de las relaciones clientelares corporativas entre las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II y las nuevas organizaciones partidarias afines, que emergieron en el campo político. Ahora, se analizará detalladamente las estrategias o elementos más comunes y recurrentes que utilizaron las juntas vecinales, en su condición de clientes corporativos, en la construcción de las relaciones clientelares corporativas, a través de la red de mediadores políticos afines.

3.1.2. Las estrategias de los clientes corporativos.

La expectativa de obras sociales.

En la ciudad de El Alto, las juntas vecinales canalizaron las demandas de los vecinos hacia la estructura estatal y gestionaron la ejecución de obras sociales, con el fin de mejorar la calidad de vida de los vecinos. Estas organizaciones cada año reciben recursos limitados del Estado, asignado por la Ley de Participación Popular N° 1551, los cuales son insuficientes para financiar la ejecución de obras sociales en su totalidad. En el caso de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II, los vecinos presentaron múltiples demandas, pero la solución a las mismas no llegó de inmediato debido a los procedimientos burocráticos o al chantaje político partidario ejercido por los partidos de turno (MIR y, posteriormente, PP), desde la institución edil. No obstante, las juntas vecinales de ambas zonas formaron bloques o camarillas dentro de sus distritos, con el fin de captar mayores recursos del Estado e influir en la definición de las políticas públicas, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares, que son vistos como un mecanismo eficaz para resolver las demandas vecinales, en poco tiempo. De esta forma, las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II se transformaron en clientes corporativos y los dirigentes, en operadores políticos, en función a los intereses partidarios. En la zona Villa Adela II, Tino e Ivar (Presidentes de zona) apoyaron políticamente al bloque contrario, con el fin de viabilizar la ejecución de obras sociales de beneficio colectivo.

No compartimos con la ideología del Plan Progreso (partido del Gobierno local), pero hemos trabajado con ellos para conseguir el tinglado y el policlínico. El Alcalde (Fanor Nava) es vecino de esta zona, por ese lado tenemos un apoyo incondicional. También nos han apoyado el Sub Alcalde (Luís Laura) y algunos concejales (Tino, 26/09/2004).

Nosotros como junta (de vecinos) nos hemos jugado. Estamos apoyando la Gestión del Alcalde (Fanor Nava) porque él nos ha garantizado la conclusión del tinglado y del policlínico [...]. También estamos priorizando la instalación de gas domiciliario. Ahora, el 90% de los presidentes (de zona) del Distrito tres hemos decidido apoyar a los candidatos del MAS para la Asamblea Constituyente. Al final, Villa Adela ha quedado bien (Ivar, 02/07/2006).

Los dirigentes de la zona Villa Adela II participaron en la relaciones clientelares, con la expectativa de conseguir obras sociales. Esta expectativa colectiva fue el principal factor que motivó y movilizó a los dirigentes de la junta vecinal para participar en las relaciones clientelares corporativas, con el fin de agilizar la atención a sus demandas y no perder legitimidad como dirigentes vecinales. Además, algunos dirigentes no sólo persiguieron intereses colectivos sino también intereses personales como ser: el interés de acceder a cargos jerárquicos en las instituciones públicas, en merito a sus acciones políticas. Esto se pudo observar en los dirigentes de la zona 16 de Julio III, que ocuparon cargos jerárquicos en las instituciones públicas, como forma de reconocimiento a su participación activa en los procesos de rebelión y lucha social.

Adrián es Presidente del Comité de Vigilancia del Distrito, Omar es Sub Alcalde y Edgar es Diputado Nacional (los tres fueron presidentes de la zona 16 de Julio III). Ahora nuestra zona está bien representada (Freddy, Presidente de la zona 16 de Julio III, 19/04/2007).

En consecuencia, los dirigentes de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II actuaron con doble personalidad expresada en la conducta, el discurso y la forma de actuar, fuertemente ligada a los intereses colectivos y a los intereses partidarios. Las relaciones clientelares corporativas son relaciones sociales y políticas racionales con arreglo a fines porque están en juego múltiples intereses específicos, que motivan a patrones, mediadores y clientes corporativos a participar en estas relaciones. Estos fines ordenan y estructuran la relación clientelar corporativa, bajo una jerarquía vertical con diferencias de poder y desigual.

El pacto clientelístico.

Toda relación clientelar está basada en pactos o compromisos contractuales preexistentes, los cuales se caracterizan por ser informales y diádicas. Según Weber, el sentido de la acción en una relación social puede ser pactado por los partícipes, en la cual estos hacen una promesa respecto a su conducta futura y orientan su acción por el sentido de la promesa tal cual lo entienden las partes (Weber, *óp. cit.*). En el caso de las relaciones clientelares de tipo corporativo, el compromiso “se establece entre sujetos individuales, aunque los beneficios no sólo tienen que repercutir sobre éstos, sino que pueden hacerlo sobre colectivos o grupos” (Corzo, 2002: 17). Los compromisos de intercambio clientelar de “apoyo político por obras sociales” se establecieron entre los dirigentes de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II, que son portavoces o representantes legítimos de los vecinos, y los mediadores políticos, que ocupan cargos jerárquicos en las instituciones políticas o sindicales de los distritos municipales. Estos compromisos se establecieron de manera voluntaria y permanente, principalmente, en los momentos de aprobación de las obras sociales y al momento de elegir a las autoridades locales como ser: los sub alcaldes de los distritos municipales, los comités de vigilancia, los representantes para la Fejuve El Alto y otras autoridades burocráticas.

Edgar (mediador político) públicamente se ha comprometido para viabilizar la conclusión de las obras y buscar nuevos proyectos para ésta zona (Freddy, 04/12/2005).

Estamos apoyando la Gestión del Alcalde (Fanor Nava) porque él nos ha garantizado la conclusión del tinglado y del policlínico (Ivar, 02/07/2006).

Los dirigentes de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II establecieron compromisos de intercambio clientelar con los mediadores políticos, principalmente, en los momentos de elección de las autoridades políticas y sindicales de los distritos municipales, en la cual los dirigentes se comprometieron a brindar apoyo político y estabilidad en la gestión pública de los mediadores políticos, desde la cúpula de las juntas vecinales. Por su parte, los mediadores políticos se comprometieron a gestionar obras sociales a favor de estas zonas. Los compromisos clientelares se establecieron a través de las relaciones cara a cara entre el mediador político y los dirigentes de las juntas vecinales, que actuaron como clientes corporativos. No obstante, estos dirigentes no actuaron solos sino en bloques o camarillas dentro de los distritos municipales y fueron las autoridades políticas y sindicales los que operaron políticamente como mediadores políticos, en función a los intereses políticos partidarios. De esta forma, los dirigentes politizaron y negociaron las demandas de los vecinos, establecieron compromisos de intercambio clientelar con los mediadores políticos afines a las organizaciones partidarias al que están vinculadas.

En consecuencia, las juntas vecinales formaron bloques o camarillas y actuaron como clientes corporativos, en función a los intereses políticos partidarios. Estos bloques o camarillas son redes de relaciones sociales y políticas, basados en relaciones de amistad, confianza y lealtad política, los cuales fueron articulados y desarticulados en las luchas por controlar los espacios de poder político. Así, las juntas vecinales afines al partido oficialista gestionaron obras sociales para sus zonas, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares, con mucha facilidad. Mientras, las juntas vecinales opositoras fueron obstaculizadas y chantajeadas por las autoridades burocráticas vinculadas al partido oficialista, al momento de gestionar y canalizar las obras sociales, pero cuando estas juntas vecinales ampliaron su capacidad de influencia, controlaron los espacios de poder político y establecieron relaciones clientelares con los mediadores políticos, con el fin de conseguir obras sociales para sus zonas.

La contraprestación adelantada.

La relación clientelar es el mecanismo más utilizado por las juntas vecinales, al momento de representar y resolver las demandas de los vecinos. Además, éste mecanismo permite a las juntas vecinales controlar los espacios de poder político y captar mayores recursos del Estado, para financiar la ejecución de obras sociales en su totalidad. Durante el trabajo de campo, se ha podido observar que las juntas vecinales, en su condición de clientes corporativos, iniciaron el favor fundacional, es decir, brindaron apoyo político y electoral a favor de los candidatos o mediadores políticos como forma de contraprestación adelantada, principalmente, al momento de elegir a las autoridades políticas y sindicales como ser: los sub alcaldes de los distritos municipales, los comités de vigilancia, los representantes para la Fejuve El Alto y otras representaciones creados de manera temporal, con el fin de controlar estos espacios de poder político y conseguir recursos para ejecutar obras sociales. Dicho en otros términos, los clientes corporativos prestaron apoyo político y electoral a favor de los mediadores políticos como forma de contraprestación adelantada, con la expectativa de conseguir obras sociales de beneficio colectivo. Por su parte, los mediadores políticos viabilizaron la ejecución de obras sociales a favor de las juntas vecinales afines, como forma de arreglo clientelar.

Posteriormente, los clientes corporativos apoyaron la gestión pública de los mediadores políticos y brindaron estabilidad política, de manera permanente. Además, contrarrestaron los ataques del bloque contrario, con la participación del bloque o camarilla. Estas acciones políticas son valoradas como nuevas prestaciones, los cuales dan origen a una nueva relación clientelar. Por consiguiente, los intercambios clientelares entre las juntas vecinales y los mediadores políticos no se limitaron a los periodos electorales sino que se practicaron de manera permanente y a un nivel más cotidiano.

Hemos hecho respetar la elección de Omar para que sea Sub Alcalde, lo hemos defendido cuando la gente de Pepelucho quería voltearlo (Freddy, 16/05/2005).

Ahora, el 90% de los presidentes (de zona) del Distrito tres hemos decidido apoyar a los candidatos del MAS para la Asamblea Constituyente. (Ivar, 02/07/2006).

De esta forma, los clientes corporativos prestaron apoyo político y electoral y brindaron cierta estabilidad política en la gestión pública a favor de los mediadores políticos como forma de contraprestación adelantada, con el fin de captar mayores recursos para financiar la ejecución de obras sociales. La contraprestación adelantada funciona como un mecanismo de cohesión y disciplinamiento de los clientes corporativos y permite que las relaciones clientelares se reproduzca por largos periodos históricos.

La relación de amistad, confianza y lealtad política.

Los clientes corporativos establecieron relaciones clientelares no sólo con un mediador político sino con una red de mediadores políticos afines, que ejercen cargos jerárquicos en los espacios de poder político, con el fin de obtener mayores recursos del Estado para financiar la ejecución de obras sociales. Estas relaciones fueron construidas, muchas veces, en compartimientos sociales donde se consumieron bebidas alcohólicas, en la cual los clientes corporativos reafirmaron su amistad, confianza y lealtad hacia los mediadores políticos. Estas prácticas pueden cohesionar al grupo y naturalizar las relaciones clientelares.

Después de la elección, Eddy Apaza se ha rajado más de ocho cajas (de cerveza) pensando que ya era Sub Alcalde, pero Eddy Condori había trabajado por debajo (con Pepelucho) y le ha volteado. El Alcalde no ha respetado nuestra elección, él no posesiona si no es su gente (Tino, 22/05/2005).

Los clientes corporativos pueden construir relaciones de cercanía con los mediadores políticos, a través de las relaciones de amistad, confianza y lealtad política. Estas relaciones son tan importantes como el favor fundacional en la construcción de las relaciones clientelares corporativas, los cuales condicionan la reproducción del sistema clientelar en su conjunto, pero no todos los clientes corporativos se relacionaron de la misma forma con los mediadores políticos ya que, en algunos casos, las relaciones de amistad, confianza y lealtad política fueron muy intensas y en otras, no tan intensas. Según Auyero, los clientes establecen círculos alrededor del mediador, un círculo interno donde las relaciones son densas e intensas y un círculo externo donde las relaciones son ocasionales e intermitentes (Auyero, 2001). Estos círculos no son opuestos sino diferentes, sus límites o fronteras se establecen por la intensidad y recurrencia de las relaciones de amistad, confianza y lealtad política entre los clientes corporativos y los mediadores políticos.

Adrián (Presidente del Comité de Vigilancia del Distrito), Omar (Sub Alcalde) y Edgar (Diputado Nacional) son vecinos de ésta zona, ellos han salido de la junta (vecinal de la zona 16 de Julio III) y ahora, como autoridades nos están apoyando a la zona para captar nuevos proyectos. Tenemos buenas relaciones de amistad porque, ante todo, somos compañeros de lucha (Freddy, Presidente de la zona 16 de Julio III, 19/04/2007).

Los clientes corporativos operaron en bloques o camarillas, que son redes de relaciones sociales y políticas, y se vincularon al patrón o estructura estatal, a través del mediador político, en función a la afinidad ideológica, los vínculos partidarios y las relaciones clientelares. Estas relaciones pueden facilitar u obstruir el intercambio de “apoyo político por obras sociales” en la dimensión transaccional del clientelismo político.

3.2. La mediación clientelar personalizada.

Durante los periodos electorales, en las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II, algunos vecinos se vincularon a determinadas organizaciones partidarias como clientes individuales, principalmente, con el fin de conseguir pegas en la burocracia estatal. Estos clientes burocráticos, a través de múltiples estrategias, comprometieron la ayuda o colaboración del mediador político para acceder a la oferta futura del patrón o estructura estatal, cuando el partido alcance el poder político, después de la contienda electoral.

3.2.1. Los clientes burocráticos.

Los clientes burocráticos se vincularon al patrón o jefe del partido, a través de los mediadores políticos. Estas relaciones se construyeron de manera pragmática y conflictiva, en la cual los clientes burocráticos desplegaron múltiples estrategias en la construcción de las relaciones clientelares, tal cual podemos apreciar en los relatos y testimonios de los entrevistados.

Caso: Lupe.

Lupe tiene 25 años de edad, madre soltera, vive en la zona Villa Adela II, participó voluntariamente en las luchas sociales como vecina y está desocupada. En las Elecciones Municipales de 2004, Lupe se vinculó a la agrupación ciudadana “Plan Progreso” (PP) de José Luís Paredes (Pepelucho), a través de Enrique (mediador político), con el fin de conseguir un puesto de trabajo en la institución edil. Por eso, durante la campaña electoral, Lupe participó en todas las actividades proselitistas del partido como ser: reuniones, actos de proclamación, caminatas, pintado de murales, colado de afiches en las noches, embanderado de las viviendas de los vecinos, difusión de la propuesta programática de la agrupación ciudadana PP, etc.

De esta forma, Lupe se convirtió en una trabajadora del partido y prestó su fuerza de trabajo a favor de los candidatos de la estructura partidaria y del patrón o jefe del partido como forma de contraprestación adelantada, lo cual le hace merecedora para acceder a la prestación futura del patrón, que será gestionada y canalizada por el mediador político, cuando el partido acceda a la administración de la institución edil, después de la contienda electoral.

Caso: Heriberto.

Heriberto tiene 38 años de edad, casado, vive con su familia en la zona 16 de Julio III, participó activamente en las luchas sociales como vecino, es licenciado en administración de empresas y está sin trabajo. En vísperas de las Elecciones Municipales de 2004, Heriberto y Edwin Cazorla (dirigente gremial de la Avenida Tiwanaku) promovieron la creación de la agrupación ciudadana 1º EL ALTO, pero no obtuvieron su personalidad jurídica para participar en esta contienda electoral, principalmente, por falta de recursos económicos y liderazgo político. Al final del periodo preelectoral, los representantes de esta agrupación ciudadana decidieron apoyar a la agrupación ciudadana Alternativa de Soluciones Independientes (ASI) de Víctor Martínez (primer candidato a Concejal), que ya tenía personalidad jurídica.

Durante la campaña electoral, Heriberto dispuso su petaca blanca y prestó sus servicios como chofer y asistente personal de Víctor Martínez, con el fin de quebrantar la hegemonía política de Pepelucho y conseguir un puesto de trabajo en la institución edil. Sin embargo, pasada la contienda electoral, Heriberto no consiguió trabajo porque la agrupación ciudadana ASI perdió en las urnas y no accedió a la administración de la institución edil. Después de éste desenlace, Heriberto mantuvo relaciones de amistad con Víctor Martínez.

Víctor es un buen amigo, vamos a organizar mejor para las próximas elecciones (Heriberto, 11/01/2005).

Efectivamente, en las Elecciones Generales y de Prefectos de 2005, Heriberto y Víctor Martínez apoyaron la candidatura de Edgar (candidato a Diputado Uninominal del MAS por la Circunscripción N° 13), con el fin de cambiar el estado de cosas desde el poder del Estado y conseguir un puesto de trabajo en la burocracia estatal. Durante la campaña electoral, Víctor asumió como jefe de campaña y dispuso su camión llamado “Huayruru-móvil”, que fue utilizado para transportar a los militantes del partido. Por su parte, Heriberto dispuso su petaca blanca y una habitación en su vivienda, que funcionó como oficina central de Edgar. También prestó sus servicios como asistente y chofer personal de Edgar y participó en todas las actividades proselitistas del partido. Además, Heriberto pagó el consumo de gasolina y el mantenimiento de su movilidad, para llevar adelante la campaña proselitista.

De esta forma, Heriberto y Víctor Martínez ofrecieron sus bienes, servicios y recursos como forma de contraprestación adelantada, en función a la expectativa de pegas, y establecieron relaciones de amistad muy íntimas con Edgar porque – como dice Heriberto – *“yo estaba muy cerca de él casi en todo”* (Heriberto, 22/01/2006).

Caso: Rufo.

Rufo tiene 30 años de edad, soltero, vive con sus padres en la zona 16 de Julio III, fue dirigente de la junta vecinal, participó en las luchas sociales como “Jefe de Calle”, es chofer de oficio y no tiene un puesto de trabajo fijo. En las Elecciones Municipales de 2004, Rufo no militó en ninguna organización partidaria. Sin embargo, en las Elecciones Generales y de Prefectos de 2005, Rufo se vinculó al MAS, a través de Edgar (candidato a Diputado Uninominal del MAS por la Circunscripción N° 13), con el fin de continuar con las luchas sociales desde el parlamento y acceder a un puesto de trabajo en la burocracia estatal.

Con Edgar hemos venido desde abajo, desde la junta vecinal. Ahora estamos con el MAS porque somos consecuentes con la lucha (Rufo, 13/12/2005).

Durante la campaña electoral, Rufo asumió como jefe de logística y dispuso su minibús azul en apoyo a la campaña proselitista del partido. También prestó sus servicios como chofer y participó en las diferentes actividades organizadas por el partido como ser: reuniones, actos de proclamación, caravanas de movibilidades, pintado de murales, colado de afiches en las noches, embanderado de las viviendas de los vecinos, etc.

Yo con mi auto salía sagrado a las seis de la mañana para hacer campaña, encima del auto le ponía un parlante y me iba hablando por las zonas, a veces me acompañaba Edgar (Rufo, 19/04/2006).

Igualmente, Rufo pagó el consumo de gasolina y el mantenimiento de su movilidad, para llevar adelante la campaña proselitista. De esta forma, durante la campaña electoral, Rufo prestó todo el apoyo moral y material a Edgar como forma de contraprestación adelantada, con el fin de conseguir un empleo fijo y de mejor calidad en la burocracia estatal, porque – como dice Rufo – “*nadie trabaja así por así*” (Rufo, 19/04/2006).

Caso: Tino.

Tino tiene 43 años de edad, separado, vive con sus tres hermanos en la zona Villa Adela II, participó activamente en las luchas sociales como vecino, fue Presidente de la junta vecinal, gastrónomo de oficio, egresado de la carrera de derecho – UMSA y no tiene empleo fijo. En las Elecciones Municipales de 2004, Tino impulsó la creación de la agrupación ciudadana “Unidad, Renovación, Progreso y Acción” (URPA), con el apoyo de algunos dirigentes de las juntas vecinales. Sin embargo, ésta agrupación ciudadana no participó en esta contienda electoral porque no obtuvo su personalidad jurídica, principalmente, por falta de recursos económicos y liderazgo político.

En las Elecciones Generales y de Prefectos de 2005, Tino se vinculó al MAS a través de Edgar (candidato a Diputado Uninominal del MAS por la Circunscripción N° 13), en consecuencia con las luchas sociales.

Estoy apoyando a Edgar (mediador político) porque es un ñato de lucha, yo le conozco desde el congreso (XIII Congreso Ordinario de la Fejuve El Alto). Además, cuando formábamos URPA, él sólo ha llenado más de cinco libros (de filiación de militantes). La verdad en esas cosas me estoy fijando (Tino, 11/12/2005).

En esta coyuntura política, Tino retribuyó a Edgar por los favores prestados anteriormente, pero retribuyó en mayor proporción, cuyo excedente es valorado como una nueva prestación, que da origen a una nueva relación clientelar. Por eso, Tino estableció con Edgar un compromiso contractual de apoyo político por pegas, basada en las relaciones de amistad y confianza mutua. Durante la campaña electoral, Tino dispuso su taxi verde y prestó sus servicios como chofer en apoyo a las actividades proselitistas del partido. Participó activamente en los actos de proclamación, caminatas, caravanas de movilizaciones, embanderado de las viviendas de los vecinos, etc. Además, Tino dispuso sus propios recursos económicos para financiar los gastos de la campaña electoral del partido, con el fin de acceder a una pega en la burocracia estatal, después de la contienda electoral.

Caso: Antonia.

Antonia tiene 44 años de edad, viuda, vive con sus hijos en la zona Villa Adela II, participó en las luchas sociales como vecina y está desempleada. En las Elecciones Municipales de 2004, Antonia apoyó la creación de la agrupación ciudadana URPA, pero ésta agrupación ciudadana no participó en esta contienda electoral porque no obtuvo su personalidad jurídica. No obstante, en las Elecciones Generales y de Prefectos de 2005, Antonia se vinculó a la agrupación ciudadana Poder Democrático y Social (PODEMOS) de Jorge Quiroga (Tuto), a través de Alejandro (dirigente de la agrupación ciudadana PP), con la expectativa de conseguir un puesto de trabajo en la burocracia estatal, después de la contienda electoral.

Nosotros estábamos bien organizados a la cabeza de Iván (dirigente de PODEMOS en El Alto). Pero, después de la alianza con el Plan Progreso (PP), Pepelucho nos ha mandado a Alejandro Zapata para que maneje la regional de El Alto. Al principio había resistencia (de los militantes), pero después le hemos aceptado con la condición de que nos dé trabajo (Antonia, 04/12/2005).

Durante la campaña electoral, Antonia asumió como coordinadora de la agrupación ciudadana PODEMOS en la zona Villa Adela II y participó en todas las actividades proselitistas del partido como ser: reuniones, actos de proclamación, caminatas, pintado de murales, colado de afiches en las noches, embanderado de las viviendas de los vecinos, difusión de la propuesta programática del partido, etc. En esta coyuntura, Antonia se ha transformado en una trabajadora del partido a tiempo completo, ofreció su fuerza de trabajo y sus propios recursos económicos para movilizar a los militantes. De esta forma, Antonia prestó su fuerza de trabajo, sus servicios como coordinadora del partido y sus escasos recursos económicos a favor de los candidatos de la estructura partidaria y del patrón, como forma de contraprestación adelantada, con la expectativa de acceder a un puesto de trabajo en la burocracia estatal, después de la contienda electoral.

3.2.2. Las estrategias de los clientes burocráticos.

Los relatos y testimonios de los clientes burocráticos nos revelan algunos elementos y estrategias más comunes y recurrentes en la formación de las relaciones clientelares mediador – cliente burocrático como ser: la expectativa de pegas, la promesa electoral, la contraprestación adelantada y las relaciones de amistad, confianza y lealtad política, que se tejen a nivel micro social. Estos elementos y estrategias serán analizados a profundidad de aquí en adelante.

La expectativa de pegas.

Durante los periodos electorales, los partidos políticos y agrupaciones ciudadanas ofrecieron a los electores, fuentes de trabajo fijo y de mejor calidad en la burocracia estatal, con el fin de reclutar militantes y transformarlos en clientes burocráticos. Sin embargo, con esto no quiero decir que la falta de fuentes de trabajo fijo y el desempleo sean la causa de las relaciones clientelares. Al contrario, los ciudadanos carentes de fuentes de trabajo fijo son los que definen – en última instancia – formar parte de estas relaciones, de manera voluntaria.

Las relaciones clientelares son relaciones de intercambio, en la cual las partes interesadas mediador – cliente a priori valoran el contenido del intercambio de forma objetiva antes de vincularse en estas relaciones. Por un lado, los clientes burocráticos se vincularon a las organizaciones partidarias, a través de los mediadores políticos, con la expectativa de acceder a un puesto de trabajo fijo y de mejor calidad en la burocracia estatal, y por el otro, los mediadores políticos reclutaron y movilizaron a los clientes burocráticos, a través de las relaciones personalizadas cara a cara, para conseguir apoyo político y electoral, con la expectativa de acceder a cargos jerárquicos en la burocracia estatal. Esto quiere decir que la expectativa de pegas es el principal elemento motivador de las relaciones clientelares, en la dimensión objetiva o transaccional del clientelismo político. Estas expectativas o fines son las que orientan la acción clientelar de los partícipes en las relaciones clientelares.

Enrique (mediador político) dice que nos va acomodar (en un puesto de trabajo) en la Alcaldía (Lupe, 14/11/2004).

En sí, Edgar (mediador político) me decía que va ser por un puesto (de trabajo), el Lino (alto dirigente del MAS) te va acomodar como chofer o algo (Rufo, 19/04/2006).

La expectativa de pegas orienta la conducta de los clientes burocráticos, para participar en las relaciones clientelares personalizadas. Asimismo, los valores, símbolos y creencias ideológicas son el soporte que legitima la construcción de estas relaciones. Estos fines y valores en su conjunto ordenan y estructuran las relaciones clientelares personalizadas entre el mediador político y los clientes burocráticos.

El compromiso electoral.

Los intercambios clientelares se basan en compromisos contractuales, que se caracterizan por ser informales, confidenciales y no escritos; en la cual las partes interesadas mediador – cliente burocrático pactan las condiciones del intercambio clientelar de “apoyo político por pegas”. Por un lado, los clientes burocráticos se comprometen a trabajar por el partido y brindar todo el apoyo moral y material al mediador político, durante la campaña electoral, y por el otro, el mediador político se compromete a retribuirles con cargos en la burocracia estatal, cuando el partido alcance el poder político, después de la contienda electoral.

Edgar (mediador político) nos dijo: “el trabajo que van a hacer no va ser en vano, yo les voy a compensar con cargos cuando entremos al poder” (Heriberto, 27/11/2005).

Con Edgar (mediador político) hemos convenido un cargo. Yo quería firmar un documento, pero él me decía: “no es necesario, somos amigos pues” (Tino, 11/12/2005).

A Alejandro Zapata (mediador político) le hemos aceptado con la condición de que nos dé trabajo; incluso, algunos (militantes) querían hacer firmar un compromiso en un papel en blanco para que después no se niegue, pero él no quería, decía: “yo doy mi palabra, voy a cumplir con los que trabajan en la campaña” (Antonia, 04/12/2005).

Los compromisos clientelares mediador – cliente son relaciones diádicas, pero están basadas en relaciones tríadicas patrón – mediador – cliente, en la cual el patrón o jefe del partido está involucrada en estas relaciones, ya que la oferta posterior será distribuida del patrón hacia el mediador político y de estos hacia los clientes burocráticos, aunque los arreglos clientelares no sólo dependen de estos compromisos sino de múltiples estrategias clientelares, que ponen en juego las partes interesadas. En consecuencia, los pactos o compromisos de intercambio clientelar orientan la conducta futura de los partícipes mediador político – cliente burocrático y establecen los beneficios mutuos y también las obligaciones o responsabilidades, que no necesariamente son de cumplimiento obligatorio ya que no existen bases legales que sancionen su incumplimiento. Por esta razón, las relaciones clientelares son relaciones pactadas no formales ni legales sino – como dice Peralta – son relaciones basadas en reglas intensivas, tácitas y también discursivas (Peralta, *óp. cit.*). Los compromisos de intercambio clientelar marcan las reglas del juego clientelar, los cuales son asumidos por los partícipes mediador político – cliente burocrático, de forma libre y voluntaria.

La contraprestación adelantada.

A decir a Auyero, el “favor fundacional” es la ayuda inicial que da origen a las relaciones clientelares (Auyero, 2001). Usualmente, estos favores provienen del patrón o estructura estatal hacia los clientes individuales, a través de la mediación clientelar personalizada, como forma de ayuda o cooperación. Sin embargo, durante el trabajo de campo se ha podido comprobar que el “favor fundacional” proviene de los clientes burocráticos hacia el mediador político, como forma de contraprestación adelantada, que beneficia a los candidatos de la estructura partidaria y, principalmente, al patrón o jefe del partido. Más concretamente, las relaciones clientelares se basaron en la lógica de la contraprestación adelantada de los clientes burocráticos, porque prestaron sus bienes, servicios y recursos económicos, en función a las posibilidades reales de acceder a la oferta futura del patrón, que consistirá en la distribución de cargos en la burocracia estatal; lo cual será gestionada y canalizada por el mediador político, cuando el partido alcance el poder político, después de la contienda electoral.

En consecuencia, los mediadores políticos no van al rescate de los clientes burocráticos. Al contrario, los clientes burocráticos le dan la mano al patrón o jefe del partido, a través de las relaciones clientelares personalizadas. Esto se pudo observar durante la campaña proselitista, en la cual los clientes burocráticos prestaron sus escasos bienes, servicios y recursos económicos hacia el mediador político, de forma tangible.

En primer lugar, los clientes burocráticos prestaron sus *bienes* materiales para llevar adelante las actividades proselitistas del partido. Heriberto dispuso su peta blanca y su vivienda particular, que funcionó como oficina central de Edgar (mediador político). Rufo dispuso su minibús azul y Tino, su taxi verde.

Estoy apoyando la campaña de Edgar (mediador político) con mí taxi para que la gente vea que el MAS también tienen apoyo de la clase media (Tino, 11/12/2005).

En segundo lugar, los clientes burocráticos prestaron sus *servicios* para apoyar la campaña proselitista del partido. Lupe y Antonia ofrecieron su fuerza de trabajo y realizaron trabajo político, que consistió en organizar los actos de proclamación, invitar a los vecinos para participar en las proclamaciones, difundir las propuestas programáticas del partido, mostrar las bondades de los candidatos, pintar murales, colar afiches en las noches, etc. Además, Antonia prestó sus servicios como coordinadora del partido. De la misma forma, Heriberto prestó sus servicios como asistente y chofer personal de Edgar (mediador político). Tino y Rufo prestaron sus servicios como chofer. Además, Rufo prestó sus servicios como jefe de logística y brindó apoyo político.

Yo con mi auto salía sagrado a las seis de la mañana a hacer campaña, encima del auto le ponía un parlante y me iba hablando por las zonas, a veces me acompañaba Edgar (Rufo, 19/04/2006).

Yo iba casa por casa a invitar a los vecinos para que vengan a las reuniones y a las proclamaciones (del partido), porque Alejandro (mediador político) nos decía: “tienen que jalar gente. Por eso, hasta a mis familiares he tenido que obligar por no quedar mal, yo pagaba sus pasajes y el almuerzo” (Antonía, 02/07/2006).

Efectivamente, los clientes burocráticos prestaron sus servicios como trabajadores del partido, muchas veces, de manera sacrificada y a tiempo completo, incluso en algunas circunstancias, los clientes burocráticos pusieron en riesgo su integridad física durante el desarrollo de las actividades proselitistas del partido, con el fin de quedar bien con el mediador político y comprometer su ayuda o cooperación para acceder a una pega en la burocracia estatal, en el futuro.

En dos oportunidades nos hemos enfrentado a los militantes del MAS, ellos venían directamente a atropellar, rompían las telas y se lo llevaban las banderas (Antonia, 02/07/2006).

Y en tercer lugar, los clientes burocráticos prestaron sus propios *recursos* económicos para financiar los gastos de la campaña proselitista. Antonia pagó los pasajes y el almuerzo de las personas que invitó para participar en los actos de proclamación. Heriberto, Rufo y Tino pagaron la gasolina, el mantenimiento de sus movilidades, sus viáticos y otros gastos.

Yo pagaba la gasolina y el mantenimiento del auto (Heriberto, 22/01/2006).

Edgar sólo una vez ha puesto veinte bolivianos para gasolina, pero después todo ha salido de mí bolsillo (Rufo, 19/04/2006).

Edgar no ha puesto ni un peso para gasolina, incluso yo le dado trescientos dólares para hacer banderas y chamarras (Tino, 02/07/2006).

De esta forma, los clientes burocráticos prestaron sus bienes (inmuebles y movilidades), sus servicios (como asistentes, chóferes y trabajadores del partido) y sus propios recursos económicos (pagaron la gasolina, el mantenimiento de sus movilidades, sus viáticos y otros gastos) a favor de los candidatos y, sobretudo, del patrón o jefe del partido, a través del mediador político como forma de contraprestación adelantada, con el fin de acceder a la prestación futura del patrón o estructura estatal, que consistirá en la distribución de cargos en la administración pública. Por lo mismo, la contraprestación adelantada es una estrategia común y recurrente en la construcción de las relaciones clientelares personalizadas. Esta estrategia funciona como un dispositivo que habilita, acredita y legitima el derecho de los clientes burocráticos, para acceder a la prestación posterior del patrón o estructura estatal, que será gestionada y distribuida por el mediador político; aunque ésta estrategia clientelar no asegura ni garantiza el cumplimiento de los acuerdos o compromisos de intercambio clientelar, después de la contienda electoral.

Desde esta perspectiva, la estrategia de la contraprestación adelantada puede ser visto como un sofisticado mecanismo clientelar porque, por un lado, articula y cohesiona a las redes clientelares, al menos de manera temporal o momentánea, reducida a los periodos electorales, y por el otro, reduce los gastos de la campaña electoral al patrón o jefe del partido, porque los clientes burocráticos cubren buena parte de estos gastos y se convierten en el ejército del partido, que están dispuestos a salir a las calles y a morir si es posible, cuando tienen que enfrentarse a los militantes de los partidos rivales, durante las actividades proselitistas del partido.

La relación de amistad, confianza y lealtad política.

Durante la campaña electoral, los clientes burocráticos iniciaron la relación clientelar, mediante la contraprestación adelantada, pero en la medida en que estos prestaron sus escasos bienes, servicios y recursos económicos, simultáneamente, construyeron relaciones de amistad, confianza y lealtad política. Heriberto (asistente y chofer personal de Edgar) logró establecer una relación de amistad y confianza muy íntima con Edgar (mediador político). Igualmente, Rufo (chofer y jefe de logística del partido) estableció una relación intensa con Edgar (mediador político). Sin embargo, Lupe (trabajadora del partido), Tino (chofer) y Antonia (coordinadora del partido) establecieron relaciones no tan intensas con el mediador político.

Yo estaba muy cerca de Edgar (mediador político) casi en todo (Heriberto, 22/01/2006).

Todas las actividades de la campaña hemos coordinado con Alejandro (mediador político) para que todo salga bien, pero a veces él nos hacía a un lado (Antonia, 02/07/2006).

Las relaciones de amistad, confianza y lealtad política, que construyeron los clientes burocráticos con el mediador político, les permitieron ocupar una posición privilegiada dentro de la red clientelar. Más concretamente, los clientes burocráticos, que ocuparon una posición de cercanía al mediador político, establecieron relaciones de amistad muy íntimas, con mucha facilidad, y, desde esta posición, velaron para que sus contraprestaciones adelantadas no caigan en saco roto. Contrariamente, los clientes burocráticos, que ocuparon una posición no tan cercana al mediador político, establecieron relaciones de amistad, con escasa confianza y lealtad política.

En consecuencia, la forma como los clientes burocráticos prestaron sus escasos bienes, servicios y recursos económicos hacia el mediador político y la posición diferenciada que ocuparon dentro de la red clientelar permiten comprender las desigualdades que existen entre los clientes burocráticos. La contraprestación adelantada y las relaciones de amistad, confianza y lealtad política son cartas de presentación de los clientes burocráticos, los cuales pueden ser decisivas, pero no determinantes al momento de exigir al mediador político, el cumplimiento de los compromisos de intercambio clientelar, cuando el partido alcance el poder político, después de la contienda electoral. Más concretamente, los arreglos clientelares no sólo dependen de estas cartas de presentación sino de múltiples factores que condicionan la concreción de los arreglos clientelares.

En síntesis, los mediadores políticos son los agentes que intermediaron en la construcción de las relaciones clientelares entre el patrón o estructura estatal y los clientes corporativos y burocráticos, en función a la expectativa de obras sociales y pegas, respectivamente. Estos fines o expectativas motivaron a los clientes corporativos y burocráticos para participar en los intercambios clientelares, a través de pactos o compromisos que establecieron con los mediadores políticos, los cuales orientan la conducta futura de los partícipes en estas relaciones. Por lo mismo, las relaciones clientelares están basadas en compromisos contractuales no formales ni legales, en la cual los sujetos involucrados en estas relaciones acuerdan el contenido y las condiciones de los intercambios clientelares, es decir, la

contraprestación adelantada de los clientes corporativos o burocráticos y la prestación futura del patrón o estructura estatal, a través de la intermediación clientelar corporativa o personalizada. La contraprestación adelantada es el “favor fundacional” que prestan los clientes corporativos o burocráticos a favor de los candidatos de la estructura partidaria y, principalmente, del patrón o jefe del partido, en los momentos de elección de las autoridades políticas y sindicales. A esto habrá que añadir que en la medida en que los clientes corporativos y burocráticos prestaron apoyo político y electoral a favor del patrón o estructura estatal, simultáneamente, construyeron relaciones de amistad, confianza y lealtad política. Estas cartas de presentación fueron bastante utilizadas por los clientes corporativos y burocráticos para asegurar el acceso a la oferta posterior del patrón o estructura estatal, a través del mediador político, los cuales fueron decisivos en la construcción de las relaciones clientelares (patrón – mediador – cliente), pero no determinantes en la concretización de los arreglos clientelares.

LA MEDIACIÓN CLIENTELAR		
Tipo de Cliente/ Criterios	Burocrático (<i>militantes del partido</i>)	Corporativo (<i>juntas vecinales</i>)
<i>Tipo de mediación.</i>	Personalizada.	Corporativa.
<i>Expectativa clientelar.</i>	Conseguir pegas en la burocracia estatal.	Conseguir obras sociales de beneficio colectivo.
<i>Compromiso de intercambio clientelar.</i>	Apoyo político por pegas.	Apoyo político por obras sociales.
<i>Contraprestación adelantada.</i>	Prestación de bienes, servicios y recursos económicos en los periodos electorales.	Apoyo político y electoral en los momentos de elección de las autoridades políticas y sindicales.
<i>Relación mediador – cliente.</i>	Basada en la relación de amistad, confianza y lealtad política a la organización partidaria.	Basada en el compañerismo, la afinidad ideológica y la lealtad política al bloque o camarilla.
<i>Intercambio de bienes simbólicos.</i>	Valores, símbolos y creencias ideológicas.	Valores, símbolos y creencias ideológicas.
<i>Duración de la relación clientelar.</i>	Temporal o momentánea, reducida a los periodos electorales.	Permanente, con énfasis en la elección de las autoridades políticas.
Fuente: Elaboración propia.		

Capítulo Cuatro

LAS FORMAS ENCUBIERTAS DEL CLIENTELISMO POLÍTICO

El clientelismo político persiste en nuestra sociedad como forma inherente de hacer política y como mecanismo de mediación política informal en la resolución de las demandas sociales. Durante nuestro periodo de investigación, las nuevas redes de relaciones clientelares corporativas y personalizadas operaron bajo nuevos mecanismos de encubrimiento, uno de estos mecanismos fue el arreglo clientelar basado en la prestación posterior (dimensión objetiva o transaccional) y el otro, fue el discurso contraclientelar basado en el discurso desinteresado y revolucionario (dimensión subjetiva o simbólica). Estas nuevas formas de encubrimiento de las relaciones clientelares más sutiles y sofisticados de dominación política, en los hechos reproducen el viejo clientelismo ya que no ha cambiado sustancialmente el contenido de estas relaciones.

4.1. La prestación posterior.

La devolución de favores es una regla del juego clientelar, lo cual se da de los clientes hacia el patrón a través del mediador, como forma de agradecimiento (Auyero, 2004). En el caso de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II, la devolución de favores se dio del patrón hacia los clientes, a través del mediador, como forma de reconocimiento. La particularidad de estos arreglos clientelares es que se concretaron en el periodo post electoral, en la cual el mediador político intermedia en el acceso a los bienes y recursos que ofrece el patrón o estructura estatal. Sin embargo, habrá que precisar: ¿Cómo distribuye el mediador político las ofertas posteriores del patrón o estructura estatal hacia los clientes? y ¿Cómo acceden los clientes a estos beneficios específicos, a través del mediador político? Sin duda, estas preguntas pueden ayudar a comprender la complejidad de los arreglos clientelares, en la dimensión objetiva o transaccional del clientelismo político. El argumento que se desarrollará en la primera parte de este capítulo es que las prácticas clientelares se encubren bajo la forma de arreglo clientelar basada en la prestación posterior, que pone fin al ciclo clientelar.

La prestación posterior es una forma de arreglo clientelar, que oculta el intercambio de bienes tangibles dentro de la red clientelar y frente a los electores, al postergar la devolución de favores, en la cual el intervalo temporal entre la contraprestación adelantada y la prestación posterior funciona como un disfraz. Bourdieu afirma que “la función del intervalo (temporal) consistía en hacer de pantalla entre el obsequio y el contraobsequio, y permitía que dos actos perfectamente simétricos parecieran actos únicos, no vinculados” (Bourdieu, 1997: 161). La prestación posterior no se basa en la lógica de la reciprocidad sino en la posibilidad de cumplimiento, ya que nada garantiza la devolución de favores. Esta posibilidad es nula, muchas veces, cuando el partido pierde en las urnas y no accede al poder político, y la contraprestación adelantada de los clientes cae en saco roto. Contrariamente, cuando el partido alcanza el poder político, los clientes ya sean corporativos o burocráticos ponen en juego todas sus cartas y estrategias, con el fin de apropiarse de las ofertas posteriores del patrón o estructura estatal, a través del mediador político.

4.1.1. La prestación posterior a clientes corporativos.

Durante nuestro periodo de investigación, las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II operaron como mediadores políticos informales y, a su vez, como clientes corporativos, los cuales se vincularon a los bloques o camarillas dentro de la estructura de las juntas vecinales de El Alto, muchas veces, promovida y sustentada por las organizaciones partidarias. Estos bloques desataron fuertes pugnas por controlar los espacios de poder político como ser: las sub alcaldías, los comités de vigilancia, la representación de los distritos en la Fejuve El Alto y otros espacios de poder político creados de manera temporal. Desde el año 2000, estos espacios de poder político fueron controlados por el bloque de las juntas vecinales oficialistas, que gestionaron y canalizaron obras sociales para sus zonas, con más facilidad y cierta ventaja, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares. Mientras, las juntas vecinales vinculadas al bloque opositor carecieron de influencia política, al momento de gestionar y conseguir obras sociales para sus zonas; incluso muchas obras sociales en ejecución fueron paralizadas producto del chantaje político ejercido por los partidos de turno (MIR y, posteriormente, PP), desde la institución edil.

Sin embargo, en los momentos de rebelión y lucha social, el bloque opositor cooptó a las juntas vecinales oficialistas, que en muchos casos fueron rebasadas y volteadas por los vecinos de base, por no representar los intereses colectivos de la ciudadanía. Mientras, otras juntas vecinales oficialistas decidieron cambiar de bando por no perder sus privilegios. Según Goldberg, los mediadores cambian de patrón con el fin de maximizar la obtención de recursos del Estado (Goldberg citado por Auyero, 2004). De esta forma, las juntas vecinales vinculadas al bloque opositor lentamente se convirtieron en bloque mayoritario y lograron controlar los espacios de poder político. En el caso de la zona 16 de Julio III, la junta vecinal se vinculó al bloque opositor, que al principio era minoría, pero éste bloque lentamente amplió su radio de influencia política de la mano de las luchas sociales y logró controlar los espacios de poder político en el Distrito N° 6, en los momentos de elección de las autoridades políticas y sindicales. Éste bloque en principio no tuvo afinidad político partidaria, pero desde las Elecciones Generales de 2005 se ha vinculado al MAS, a través de Edgar (mediador político), y algunos vecinos fueron transformados en clientes colectivos.

Gracias a las movilizaciones, Adrián es Presidente del Comité de Vigilancia del Distrito, Omar es Sub Alcalde y Edgar es Diputado Nacional (los tres fueron presidentes de la zona 16 de Julio III). Ahora nuestra zona está bien representada y con ese apoyo en dos patadas lo hemos terminado la construcción del tinglado y del alcantarillado pluvial. También hemos cambiado la totalidad de las redes de agua porque ya estaban viejas. Ahora estamos avanzando con la instalación de gas domiciliario. Nosotros hemos demostrado con obras, aunque algunos vecinos nos critican, nos dicen que se han servido de la junta (Freddy, 19/04/2007).

A las juntas (vecinales) que nos han apoyado durante la campaña les hemos dado estandartes y equipos de amplificación porque han sido consecuentes con la lucha (Edgar, 09/04/2007).

Los clientes corporativos establecieron pactos o compromisos de intercambio clientelar de “apoyo político por obras sociales” con los mediadores políticos, en los momentos de elección de las autoridades locales y también en los momentos de aprobación de las obras

sociales. Los clientes corporativos prestaron apoyo político y electoral a los candidatos o mediadores políticos afines, como forma de contraprestación adelantada, con el fin de encumbrarlos en los espacios de poder político. Posteriormente, los mediadores políticos viabilizaron la ejecución de obras sociales en beneficio de ésta zona, como forma de prestación posterior. A esto habrá que añadir que los clientes corporativos apoyaron la gestión pública de los mediadores políticos afines al bloque o camarilla, en función a los intereses políticos partidarios. De esta forma, las relaciones clientelares corporativas fueron reproducidas de manera permanente y a un nivel más cotidiano.

Asimismo, en el caso de la zona Villa Adela II, la junta de vecinos se vinculó al bloque de las juntas vecinales oficialistas del Distrito N° 3, promovida y sustentada por el partido del Gobierno local (MIR y, posteriormente, PP), y consiguieron obras sociales para ésta zona como ser: la construcción del tinglado y del policlínico, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares.

Hemos trabajado con ellos (se refiere a las juntas vecinales y autoridades burocráticas vinculadas al partido oficialista) para conseguir el tinglado y el policlínico. El Alcalde (Fanor Nava) es vecino de nuestra zona, por ese lado tenemos un apoyo incondicional. También nos han apoyado el Sub Alcalde (Luís Laura) y algunos concejales (Tino, 26/09/2004).

Él (Alcalde Fanor Nava) nos ha garantizado la conclusión del tinglado y del policlínico. Esta obra no sólo va beneficiar a ésta zona sino también a las zonas aledañas y va generar muchos empleos. También estamos priorizando la instalación de gas domiciliario (Ivar, 02/07/2006).

Los clientes corporativos, a diferencia de los clientes burocráticos, no se vincularon a un sólo mediador político sino a una red de mediadores políticos afines y no se subordinaron a un sólo patrón sino a diferentes patrones o estructuras del Estado. En los momentos de elección de las autoridades políticas y sindicales, los clientes corporativos prestaron apoyo político y electoral a favor de los candidatos afines al bloque o camarilla, como forma de contraprestación adelantada, con el fin de controlar los espacios de poder político y conseguir obras sociales de beneficio colectivo. Posteriormente, los clientes corporativos utilizaron como sus principales estrategias clientelares, la lealtad política al bloque y la influencia partidaria, con el fin de captar mayores recursos del Estado para financiar la ejecución de obras sociales. Los arreglos clientelares no se produjeron de forma inmediata sino que los clientes corporativos tuvieron que esperar un tiempo para recibir la devolución de favores. Se cree que el espacio temporal oculta las relaciones de intercambio clientelar, al distanciar en el tiempo la prestación posterior, en la cual el arreglo clientelar y el favor fundacional aparecen como actos aislados no relacionados. De esta forma, los clientes corporativos influyeron en la definición de las políticas públicas y obtuvieron beneficios específicos.

En la actualidad el clientelismo corporativo ha ganado mayor fuerza y relevancia en el nuevo régimen de poder del MAS. Según Tapia, desde sus inicios el Gobierno del MAS ha construido una extensa red de clientelas corporativas organizado y controlado desde el poder ejecutivo (Tapia, 2014). Sin embargo, los intercambios clientelares de “apoyo político por obras sociales” no aparecen como tal, de manera explícita, sino encubierta bajo la forma de prestación posterior, en la dimensión transaccional del clientelismo político.

4.1.2. La prestación posterior a clientes burocráticos.

Durante el periodo electoral, los clientes burocráticos iniciaron el “favor fundacional”, es decir, prestaron sus escasos bienes, servicios y recursos económicos a favor de los candidatos y del patrón o jefe del partido, a través de la mediación clientelar personalizada, como forma de contraprestación adelantada y en función a la expectativa de pegos, y simultáneamente, construyeron relaciones de cercanía con el mediador político, basada en las relaciones de amistad, confianza y lealtad política. Pasada la contienda electoral, los mediadores políticos gestionaron y distribuyeron las escasas pegos que ofreció el patrón o estructura estatal hacia los clientes burocráticos, como forma de prestación posterior, cuando el partido accede al poder político. Sin embargo, estos arreglos clientelares no se produjeron de forma automática como consecuencia de la contraprestación adelantada sino que los clientes burocráticos lucharon por acceder a una pega en la burocracia estatal, como si fuera un derecho legítimo y natural.

Durante el periodo post electoral, los clientes burocráticos utilizaron la contraprestación adelantada y las relaciones de amistad, confianza y lealtad política como sus principales cartas de presentación, para ser tomados en cuenta por el mediador político, en la distribución de pegos. Sin embargo, estas cartas no aseguraron ni garantizaron la devolución de favores del patrón o estructura estatal hacia los clientes burocráticos. Por esta razón, los clientes burocráticos desplegaron múltiples estrategias clientelares, con el fin de apropiarse de las ofertas posteriores del patrón o estructura estatal, a través del mediador político. Estas estrategias fueron aprendidas y perfeccionadas en el tiempo.

La relación de cercanía al mediador político y al centro de poder.

Algunos clientes burocráticos utilizaron la relación de cercanía al mediador político y al centro de poder como estrategia clientelar, al momento de exigir el cumplimiento de los compromisos electorales, y obtuvieron beneficios específicos, con mucha facilidad.

He conseguido este cargo (Asesor Técnico de Edgar) no por méritos académicos sino que ha valido más la amistad y el trabajo que hemos hecho durante la campaña porque yo estaba muy cerca de él (Edgar – Diputado Uninominal) casi en todo (Heriberto, 18/04/2007).

Heriberto es un cliente burocrático, que utilizó como sus principales cartas de presentación, la contraprestación adelantada y las relaciones de amistad, confianza y lealtad política, y utilizó como su principal estrategia clientelar, la cercanía al mediador político y al centro de poder. Según Auyero, la cercanía al centro de poder (en este caso el Diputado Uninominal) determina el acceso a mayores beneficios (Auyero, 2001). Efectivamente, Heriberto se ubicó en una posición muy cercana al mediador político y al centro de poder, lo cual le facilitó el acceso a un puesto de trabajo en la burocracia estatal, nada más y nada menos, como asesor técnico de Edgar (Diputado Uninominal), en reconocimiento al apoyo político realizado durante la campaña proselitista.

A Heriberto se lo ha reconocido su trabajo (realizado durante la campaña electoral), ahora él trabaja conmigo como Asesor Técnico (Edgar, 09/04/2007).

Para Heriberto, la prestación posterior ha sido relativamente proporcional y satisfactorio como nueva experiencia en la administración pública, pero su contrato de trabajo era sólo por un año y a su conclusión, Heriberto dejó de trabajar y se alejó de Edgar.

Con Edgar tenemos diferencias ideológicas, la causa es la misma: el cambio, pero tenemos diferentes visiones. Los revolucionarios (refiriéndose a sí mismo) somos autocríticos y él (Edgar) no tiene eso y no me gusta que utilizando el discurso de izquierda actúe bajo la lógica de la derecha: el interés propio (Heriberto, 18/04/2007).

De esta forma, las relaciones de amistad, confianza y lealtad política entre Heriberto y Edgar se quebrantaron y Edgar no gestionó ni avaló la ampliación del contrato de trabajo de Heriberto para la siguiente gestión.

La persuasión al mediador político.

Otra de las estrategias clientelares que utilizaron los clientes burocráticos fue la persuasión al mediador político, al momento de exigir el cumplimiento de los compromisos electorales y acceder a una pega en la burocracia estatal, cuando el partido alcance el poder político, después de la contienda electoral.

Me acomodado (como auxiliar de enfermería) aquí en el centro de salud (de la zona Villa Adela II), pero no ha sido fácil, he tenido que ir a insistir todos los días a Enrique (Concejal del PP) para que me dé algo, porque con él hemos trabajado en la campaña (Lupe, 08/03/2005).

Edgar (mediador político) me ha hecho esperar demasiado, recién en abril (de 2006), a duras penas me lo ha gestionado para que trabaje como mensajero en el Comité de Energía e Hidrocarburos (Rufo, 17/04/2007).

Lupe y Rufo también son clientes burocráticos, que presentaron las contraprestaciones adelantadas y las relaciones de amistad, confianza y lealtad política como sus principales cartas para participar en el juego clientelar; aunque Lupe no tenía una posición tan cercana al mediador político como Heriberto y Rufo. No obstante, ambos lograron trabajar en la burocracia estatal, a través de la mediación personalizada, pero accedieron “a duras penas” y después de “insistir todos los días”. Estas frases expresan la presión o insistencia permanente que ejercieron los clientes burocráticos hacia el mediador político, hasta conseguir una pega en la burocracia estatal. La persuasión al mediador político es una estrategia clientelar bastante utilizada por los clientes burocráticos, al momento de exigir el cumplimiento de los compromisos electorales. De esta forma, los clientes burocráticos pueden persuadir al mediador político, pero también el mediador político puede persuadir a los clientes burocráticos, con el fin de dilatar las expectativas de pegos y sostener una relación conflictiva por mucho tiempo.

El contrato de trabajo de Lupe era por tres meses y de Rufo, por nueve meses, pero ambos quedaron nuevamente desempleados, después de la conclusión de sus contratos de trabajo.

Yo estaba a prueba por tres meses, me han dicho: “después vamos a ampliar tu contrato”, pero ahora ya no quieren, yo he cumplido con todo, me destacado... Estoy muy molesta porque nos hacen trabajar un rato para decir que han cumplido (Lupe, 08/03/2005).

Mi contrato sólo era hasta diciembre (de 2006), él (mediador político) no ha abogado por mí (para ampliar el contrato de trabajo), más se ha preocupado de otros que ni siquiera han trabajado en la campaña (Rufo, 17/04/2007).

En ambos casos, la prestación posterior es vista como un arreglo desigual y no satisfactorio. Sin embargo, para consuelo se puede decir que Lupe y Rufo por lo menos consiguieron algo, por no decir migajas, a diferencia de otros clientes burocráticos que no consiguieron ningún beneficio específico, a través del mediador político, durante el periodo post electoral.

Alejandro (mediador político) se ha acomodado como Secretario General del Prefecto (José Luís Paredes), pero él no nos está colaborando a los que hemos trabajado en la campaña, cada vez que voy a pedir (un puesto de trabajo) siempre me dice: no hay, no hay... Él está ahí gracias a nosotros, sólo le hemos servido de escalera porque después de todo ya no se acuerda de nosotros (Antonia, 22/07/2007).

Con Edgar (Diputado Uninominal) hemos convenido un cargo porque nadie trabaja así por así, pero hasta ahora no hay nada, él no está cumpliendo con su parte. Yo ya le esperado demasiado, parece que le voy a decir nomás que me lo devuelva los trescientos dólares que le dado para su campaña (Tino, 05/02/2007).

Igualmente, Antonia y Tino presentaron la contraprestación adelantada y las relaciones de amistad, confianza y lealtad política como sus principales cartas de presentación. Sin embargo, la persuasión al mediador político como estrategia clientelar no ha sido suficiente ni efectiva, al momento de exigir el cumplimiento de los compromisos electorales, que consiste en la distribución de pegas en la burocracia estatal, a través de la mediación clientelar personalizada. En ambos casos, el mediador político ha obstruido y dilatado la expectativa de pegas de los clientes burocráticos.

Todos quieren entrar (a trabajar a la administración pública) a la fuerza, pero ya no hay espacios (Edgar, 25/06/2006).

En el periodo postelectoral, la promesa incumplida se ha constituido en la detonante de las tensiones y conflictos entre los clientes burocráticos y el mediador político. Antonia censuró el accionar de Alejandro (mediador político) y Tino inició un proceso judicial en contra de Edgar (mediador político), demandando la devolución de los trescientos dólares que le dio para su campaña. De esta forma, Tino y Antonia no consiguieron una pega en la burocracia estatal y se revelaron en contra del mediador político ante el incumplimiento de los compromisos electorales, pero ambos demostraron una intención clientelar. Por esta razón, estos clientes pueden ser vistos como “clientes potenciales” ya que sus posibilidades de acceder a una pega en la burocracia estatal se encuentran latentes. Mientras, Heriberto, Lupe y Rufo pueden ser vistos como “clientes exitosos” porque consiguieron una pega en la burocracia estatal, aunque los arreglos clientelares no siempre son satisfactorios ni proporcionales. Por lo general, las escasas pegas que ofrece el patrón o estructura estatal son distribuidas por el mediador político a favor de algunos clientes burocráticos y, muchas veces, los más allegados o cercanos colaboradores son los primeros beneficiarios.

En consecuencia, la prestación posterior reproduce las relaciones clientelares, pero reproduce encubriendo su contenido, al postergar en el tiempo la devolución de favores, bajo la forma invertida del clientelismo clásico. Los arreglos clientelares no se produjeron de forma automática sino que los clientes corporativos y burocráticos utilizaron como sus principales cartas de presentación, la contraprestación adelantada y las relaciones de amistad, confianza y lealtad política, para habilitar, acreditar y legitimar su participación en el juego clientelar, y utilizaron como estrategia clientelar, la relación de cercanía y persuasión al mediador político, al momento de exigir el cumplimiento de los pactos o compromisos de intercambio clientelar preestablecidos. Sin embargo, la prestación posterior del patrón o estructura estatal hacia los clientes corporativos y burocráticos no sólo ha dependido de la buena voluntad del mediador político ni de las cartas y estrategias de los clientes, sino también de ciertas condiciones externas que limitaron la devolución de favores como ser: el acceso de la institución clientelar al poder político y los escasos bienes y beneficios que ofrece el patrón o estructura estatal hacia los clientes ya sean corporativos o burocráticos. Estas condiciones internas y externas son las que definieron – en última instancia – la naturaleza pragmática y conflictiva de las relaciones clientelares, en esta coyuntura política.

En este sentido, la lógica del intercambio contraprestación adelantada – prestación posterior se ha constituido en un principio o norma legítima de la acción clientelar, que ordena y estructura las relaciones clientelares entre el mediador político y los clientes corporativos o burocráticos, en la dimensión transaccional del clientelismo político. Esta norma es válida en la medida en que los partícipes orientan su conducta bajo esta lógica y asumen como modelo de conducta obligatorio para participar en los intercambios clientelares y obtener bienes específicos, a través de estas relaciones.

4.2. El discurso contraclientelar.

Casi en toda relación clientelar se intercambian bienes tangibles y simbólicos. Según Trotta, las pautas culturales, valores, símbolos e ideologías que se transfieren junto a la transferencia de bienes y recursos, permiten precisar la fuente de legitimidad que sostiene las relaciones clientelares, por largos periodos históricos (Trotta, 2003). Por su parte, Auyero afirma que las creencias, percepciones y pensamientos que circulan junto a las cosas, “son tan importantes como las cosas mismas porque, en realidad, funcionan ocultando la verdad de éste sistema de dominación política” (Auyero, 2004: 31). Los bienes simbólicos (pautas culturales, valores, símbolos, identidades, cosmovisiones y creencias ideológicas), que circulan en la dimensión subjetiva o simbólica del clientelismo político, son la fuente que legitima, sostiene y encubre el intercambio de bienes tangibles; pero habrá que precisar con claridad: ¿Cómo circulan los bienes simbólicos en la dimensión subjetiva del clientelismo político? y ¿Cómo encubren estos bienes el intercambio de bienes tangibles? Sin duda, estas preguntas pueden ayudar a esclarecer los aspectos menos estudiados del clientelismo político. El argumento que se desarrollará en la segunda parte de este capítulo es que las prácticas clientelares se encubren bajo el manto de un discurso contraclientelar, que oculta el intercambio de bienes tangibles, desde la dimensión subjetiva del clientelismo político.

El discurso contraclientelar contiene un mensaje, una verdad subjetiva del clientelismo político que es susceptible de articulación o desarticulación, de montaje o desmontaje. Esta verdad subjetiva se sostiene en un autoengaño, en una manera de pensar la política que contradice a la realidad objetiva (Auyero, *óp. cit.*). En este sentido, el discurso contraclientelar contiene un mensaje manipulado y engañoso, que muestra una realidad aparente o virtual de la política, donde las acciones políticas son aparentemente relaciones sinceras, solidarias y desinteresadas, pero en el fondo encubre y fomenta la reproducción de las relaciones clientelares.

4.2.1. El discurso desinteresado.

A decir a Peralta, existe un interés que moviliza a los sujetos a participar en el juego clientelar, lo cual se oculta tras una serie de explicaciones desinteresadas (Peralta, *óp. cit.*). El sentido del juego clientelar implica la negación de los intereses específicos, a través de un discurso oficial desinteresado, que como principio o norma orienta la conducta y acción de los partícipes por cuanto tienen que ocultar su participación en las relaciones clientelares. Por eso, las explicaciones desinteresadas muestran una realidad aparente o virtual y un interés subjetivo del clientelismo político, tal cual podemos apreciar en los siguientes relatos y testimonios.

Yo no estoy viniendo aquí (a apoyar a la agrupación ciudadana PP) por pega sino porque le tengo mucha admiración al doctor (José Luís Paredes), él hace obras y cumple lo que promete (Lupe, 28/11/2004).

Aquí el partido (se refiere a la agrupación ciudadana PODEMOS) no te da nada, pero yo hago el esfuerzo porque me gusta estar activa. Tuto me da muchas esperanzas, pero si entra Evo sólo va haber más problemas (Antonia, 11/12/2005).

Lupe y Antonia son clientes burocráticos, que buscan acceder a una pega en la burocracia estatal, pero en sus explicaciones formales niegan y rechazan sus intereses específicos de conseguir pegadas en la burocracia estatal. Estos clientes sostienen que sus acciones políticas o militancia partidaria están motivadas por sentimientos y placeres personales como ser: la “admiración al doctor” y el gusto de “estar activa”. En ambos casos, existe un interés subjetivo que encubre el interés específico del clientelismo político, bajo la buena reputación del patrón. En otros casos, el interés específico de los clientes burocráticos se puede encubrir bajo la buena reputación del mediador político.

Yo estoy apoyando la campaña de Edgar (candidato a Diputado Uninominal del MAS por la Circunscripción N° 13) más como amigo y compañero de lucha (Tino, 08/06/2005).

Estamos acompañando a Edgar (candidato a Diputado Uninominal del MAS por la Circunscripción N° 13) porque somos consecuentes con la lucha, él agarraba el pellejo en la guerra del gas y en los conflictos con Aguas del Illimani. Edgar ha demostrado y vale la pena que nos represente (Virgilio, 12/12/2005).

Tino es un cliente burocrático por pegas y Virgilio, un cliente colectivo por obras sociales. Igualmente, en ambas explicaciones formales desaparece el interés específico y en su lugar se muestra un interés subjetivo de continuar con las luchas sociales, mediante los mecanismos democráticos. Este interés subjetivo está fuertemente anclada a los vínculos de amistad, compañerismo y lealtad de los clientes hacia el mediador político. Asimismo, los clientes corporativos ocultaron sus intereses específicos, bajo el paraguas de los valores culturales y las creencias ideológicas.

Esta zona (Villa Adela II) es pepeluchista, pero ahora está apoyando a Tuto porque no hay otra alternativa, sólo él puede garantizar paz y progreso en Bolivia (Ivar, Presidente de la zona Villa Adela II, 14/12/2005).

Nosotros estamos con Evo porque es nuestra gente, es aimara como nosotros. Él tiene que entrar (al poder) porque queremos el cambio, ya estamos cansados de que nos sigan manejando los mismos de siempre (Freddy, Presidente de la zona 16 de Julio III, 09/12/2005).

Ivar y Freddy son presidentes de juntas vecinales y ambos se vincularon a determinadas organizaciones partidarias, con la expectativa de conseguir obras sociales para sus zonas. Sin embargo, en sus explicaciones formales también ocultaron sus intereses específicos de conseguir obras sociales para sus zonas y atribuyeron su afinidad partidaria a factores ideológicos y culturales como ser: la visión de progreso o cambio y la identidad aimara. No está en duda éstos valores culturales y creencias ideológicas, es más, se cree que Ivar y Freddy verdaderamente lucharon por esos fines, incluso – como dice Bourdieu – “pueden estar dispuestos a morir por esos fines, independientemente de toda consideración de beneficio específico” (Bourdieu, 1994: 148). Sin embargo, detrás de éstos bienes simbólicos se legitima, sostiene y encubre un interés específico de tipo colectivo, que motiva y moviliza a los clientes corporativos para participar en las relaciones de intercambio clientelar. De esta forma, las explicaciones desinteresadas no sólo construyeron una verdad subjetiva sino también un interés subjetivo, que difiere y contradice al interés específico.

Por consiguiente, las explicaciones desinteresadas acompañan al intercambio de bienes tangibles, pero acompañan encubriendo la verdad objetiva del clientelismo político y en su lugar muestran una verdad subjetiva manipulada y engañosa, donde el intercambio de “apoyo político por pegas y obras sociales” no aparece como tal sino como si fueran desprendimientos generosos y desinteresados. Además, las explicaciones desinteresadas muestran un interés subjetivo, que aparentemente difiere y contradice al interés específico del clientelismo político, pero en el fondo se complementan mutuamente y terminan ocultando la reproducción de las relaciones clientelares, por largos periodos históricos. Por lo mismo, el discurso desinteresado evita que se desnude y descubra de las relaciones clientelares, su verdad objetiva y su interés específico.

De esta forma, el discurso desinteresado niega y encubre la circulación de los bienes tangibles, desde la dimensión subjetiva o simbólica del clientelismo político. Este blindaje en un principio puede ser creíble para la opinión pública, pero en la medida en que los partícipes incumplen los pactos o compromisos y denuncian la promesa incumplida ante la opinión pública, se puede mermar la legitimidad del sistema clientelar en su conjunto.

4.2.2. El discurso revolucionario

Según Peralta, las demandas sociales son pasibles a ser exigidos como derechos ciudadanos (Peralta, *óp. cit.*). Derechos a los cuales, dice Auyero, “se accede por el hecho de ser ciudadano y no por integrar una red partidaria” (Auyero, 2004: 91). Sin embargo, las juntas vecinales de las zonas: 16 de Julio III y Villa Adela II, en su condición de clientes corporativos, resolvieron sus demandas sociales, a través de los vínculos partidarios y las relaciones clientelares. Los sujetos involucrados en estas relaciones (patrones, mediadores y clientes), formalmente negaron, rechazaron y reprimieron los intercambios clientelares, incluso algunos pensaron que es posible eliminar estas relaciones de la práctica política.

Los revolucionarios (refiriéndose a sí mismo) no buscamos el interés propio sino el bienestar de todos. Yo pienso que ésta es la mejor oportunidad para cambiar las cosas porque hasta ahora, los políticos han ofrecido regalos para obtener el apoyo de la gente y, estando en el poder, más han velado sus intereses y han hecho grandes fortunas (Heriberto, 10/12/2005).

Mucha gente viene aquí (al MAS) pensando que pueden conseguir cosas, pero se van porque no consiguen nada. La verdad la gente está mal acostumbrada y eso tenemos que cambiar porque la conciencia tiene que estar antes que cualquier interés personal (Edgar, 05/12/2005).

Heriberto es un cliente individual, que consiguió una pega en la burocracia estatal, y Edgar es el mediador político, que accedió a la administración del Estado como Diputado Uninominal. Sin embargo, Heriberto y Edgar utilizaron un discurso crítico y revolucionario para censurar la forma clientelar de hacer política y cambiar el estado de cosas. Cuestionaron la práctica clientelar de los partidos tradicionales en la administración del Estado, pero no cuestionaron las relaciones clientelares sobre las que se construye el nuevo régimen de poder del MAS. Según Tapia, desde sus inicios el Gobierno del MAS ha desplegado un proyecto absolutista de concentración del poder político organizado y controlado por el poder ejecutivo y Estado, basado en una extensa red de alianzas corporativas con varios sectores de la sociedad civil (Tapia, *óp. cit.*). Se cree que el discurso contestatario o revolucionario es el soporte del poder absoluto construido por la nueva élite política del MAS, lo cual legitima y encubre las relaciones clientelares, que se tejen a nivel micro social. Esto se pudo observar durante la campaña proselitista del MAS en las Elecciones Generales de 2005, en la cual Edgar (candidato a Diputado Uninominal) utilizó el discurso revolucionario y se erigió como representante de las luchas sociales, con el fin de cautivar a los electores y encauzar su inclinación política a favor del MAS.

Nosotros somos combatientes de la guerra del gas, hemos luchado juntos hasta sacar a Goni del Palacio. Ahora, los partidos de derecha, los oligarcas nuevamente quieren volver al poder, están trayendo regalos para comprar conciencias, pero tenemos que darnos cuenta [...]. Estamos apoyando al hermano Evo porque nos une éste programa (de gobierno), esto ha salido de nuestras luchas, aquí están nuestras reivindicaciones. Con éste programa buscamos un cambio verdadero, que beneficie a cada uno de nosotros y a las futuras generaciones, pero nosotros no les vamos a obligar a que voten por el MAS, el voto tiene que ser a conciencia (Edgar, 04/12/2005).

Sin embargo, detrás del discurso revolucionario se han construido nuevas redes de relaciones clientelares corporativas y burocráticas, los cuales reproducen el viejo clientelismo,

encubierto bajo el disfraz del discurso revolucionario. En este sentido, el discurso crítico o revolucionario en el lenguaje reproduce lo antirrevolucionario en los hechos.

En este contexto, la ideología neoliberal ha perdido legitimidad y credibilidad y, en su lugar, la ideología de izquierda nacionalista, basada en el discurso revolucionario anticapitalista y antimperialista, se impuso como el discurso legítimo. Este discurso fue ampliamente compartido por el bloque nacional popular y ha ganado mayor influencia en la formación de la opinión pública, lo cual no sólo se constituye en la nueva matriz idea-fuerza sino también en la nueva fuente de legitimación, que sostiene y encubre, de manera sutil y sofisticada, el funcionamiento del sistema clientelar del nuevo régimen de poder del MAS. Almaraz y Zabaleta señalaron que los liberados del viejo régimen de poder tienden a asumir la ideología del nuevo señor y también tienden a aspirar a ser señor, al menos intermediario local o sectorial. (Almaraz y Zabaleta citado por Tapia, *óp. cit.*). Las relaciones clientelares obedecen a una jerarquía de mandos, que concentra el poder en manos de un patrón o Estado y subordina a todos quienes se encuentran por debajo del mismo. Estas relaciones están fuertemente marcadas por el colonialismo interno, es decir, por una manera de pensar y actuar en dependencia del Estado. Por eso, la práctica clientelar es difícil de eliminar de la práctica política, pero es posible reducir su radio de acción, a través de políticas sociales que desalienten a los sujetos políticos (personas o instituciones) a depender del clientelismo político para resolver sus demandas. Además, las relaciones clientelares degeneran el ejercicio de la democracia formal y deliberativa, pero también promueven la participación política de los sujetos políticos. Estas relaciones pueden influir en la formación de la opinión pública y también en la definición del voto de los clientes corporativos y burocráticos porque están en juego múltiples intereses. El voto es un fenómeno emotivo y valorativo porque, muchas veces, los electores que no tienen compromisos clientelares votan por la persona o la consigna, antes que por un proyecto político, incluso estos factores influyen a los clientes, al momento de vincularse a determinados patrones. Sin embargo, las relaciones clientelares, a diferencia de los medios mediáticos, pueden establecer la presencia del partido, a nivel local, y pueden movilizar a los militantes del partido, para que participen en las diferentes actividades proselitistas y, el día de los comicios, cuiden el voto como delegados de mesa.

En consecuencia, el discurso contraclientelar encubre el intercambio de bienes tangibles por lealtad y apoyo político, desde la dimensión subjetiva o simbólica del clientelismo político. Por un lado, el discurso desinteresado formalmente niega, rechaza y reprime estos intercambios y, por el otro, el discurso revolucionario indirectamente legitima y oculta el funcionamiento del sistema clientelar del nuevo régimen de poder del MAS. De esta forma, la práctica clientelar formalmente es censurada en la dimensión subjetiva o simbólica del clientelismo político, pero también es aceptada como un mecanismo eficaz de resolución de los problemas cotidianos de los clientes corporativos y burocráticos. Por eso, las prácticas clientelares se viven como algo normal y natural, como parte de la cultura política. Desde esta perspectiva, el clientelismo político no sólo tiene una doble vida (una en la circulación de cosas y otra en la circulación de creencias) y una doble verdad (una objetiva y otra subjetiva) sino también tiene un doble interés (uno objetivo y otro subjetivo). La alteración o cambio en cualquiera de estas dimensiones puede afectar en el funcionamiento del sistema clientelar en su conjunto.

CONCLUSIONES

A lo largo de ésta disertación se analizó a profundidad la construcción y reproducción de las relaciones clientelares corporativas y personalizadas en dos populosas zonas de la ciudad de El Alto como ser: la zona 16 de Julio III y la zona Villa Adela II, como forma inherente de hacer política y también como mecanismo de resolución de las demandas sociales, en la cual se ha demostrado fehacientemente que el clientelismo político es un fenómeno diacrónico, dinámico y versátil, que tiene la cualidad de adaptarse a las nuevas condiciones históricas. Este fenómeno opera bajo nuevas formas de encubrimiento más sutiles y sofisticados de dominación política, cuyo contenido no ha cambiado sustancialmente.

El fenómeno clientelar no es inmutable o inquebrantable sino vulnerable al ataque de las fuerzas de acción colectiva, que puede desaparecer en estas circunstancias y en otras, reaparecer con más fuerza. Así, en los momentos de rebelión y lucha social, los dirigentes o líderes de las juntas vecinales de El Alto articularon bastas redes rebeldes y acumularon mayor capital social y político. En estas coyunturas, las juntas vecinales se desvincularon del sistema clientelar de los partidos tradicionales, manejada por la élite dominante criollo – mestizo. Mientras, en los periodos electorales, la Ley de Agrupaciones Ciudadanas y Pueblos Indígenas y la convocatoria para la Elección de Prefectos de Departamento como nuevas formas de participación y representación política, desmantelaron de las juntas vecinales de El Alto, el monopolio clientelar de los partidos tradicionales e indirectamente contribuyeron en el funcionamiento de la democracia liberal y en la formación del nuevo sistema clientelar, bajo el patrocinio de las nuevas organizaciones partidarias, que emergieron en el campo político; en la cual las juntas vecinales fueron cooptadas y transformadas en clientes corporativos, los dirigentes en operadores políticos o candidatos y algunos vecinos en clientes burocráticos, en función a los intereses políticos partidarios. De esta forma, las juntas vecinales abandonaron el viejo sistema clientelar y cambiaron de mediadores y patrones debido a la naturaleza clientelar en que el Estado se relaciona con la sociedad civil.

Las relaciones clientelares son relaciones de poder y dominación, que obedecen a una jerarquía vertical construida y controlada desde arriba por el patrón o jefe del partido con la intermediación de los mediadores políticos, bajo el consentimiento voluntario de los clientes corporativos y burocráticos. Estas relaciones se basaron en pactos o compromisos informales entre las partes interesadas mediador – cliente, en la cual los mediadores políticos se comprometieron a gestionar ante el patrón o estructura estatal, principalmente, puestos de trabajo a favor de los clientes burocráticos y obras sociales a favor de los clientes corporativos, cuando el bloque o partido alcance el poder político, después de la contienda electoral. Por su parte, los clientes burocráticos se comprometieron a prestar apoyo político, que consiste en la prestación de bienes, servicios y recursos a favor del patrón o jefe del partido, a través del mediador político, durante la campaña electoral, y las juntas vecinales, en su condición de clientes corporativos, se comprometieron a prestar apoyo político y electoral, al momento de elegir a las autoridades locales, y apoyaron la gestión pública de los mediadores políticos, de manera permanente. Basado en estos compromisos clientelares, los clientes corporativos y burocráticos iniciaron el Favor Fundacional, bajo la lógica de la contraprestación adelantada, pero en la medida en que estos prestaron bienes tangibles,

simultáneamente, construyeron relaciones de amistad, confianza y lealtad con los mediadores políticos. La lógica de la contraprestación adelantada se constituye en una regla de juego, que norma la acción clientelar de los sujetos involucrados en estas relaciones (patrones, mediadores y clientes) ya que habilita, acredita y legitima a los clientes para ser tomados en cuenta por el mediador político, en la distribución de la prestación posterior del patrón o estructura estatal. Estas estrategias clientelares fueron decisivas pero no determinantes, al momento de concretizar los compromisos clientelares, después de la contienda electoral ya que sólo algunos clientes corporativos y burocráticos obtuvieron beneficios específicos como forma de prestación posterior, a través de los mediadores políticos, pero muchos clientes potenciales no obtuvieron ningún beneficio específico y ejercieron fuerte presión sobre el mediador político ante la promesa incumplida; lo cual desató fuertes tensiones y conflictos entre las partes interesadas mediador – cliente, en desmedro de la relación clientelar. Por esta razón, las prácticas clientelares son relaciones pragmáticas y conflictivas, que usualmente operan de forma clandestina y encubierta.

En esta coyuntura política, las relaciones clientelares operaron de forma encubierta, tanto en la dimensión objetiva o transaccional como en la dimensión subjetiva o simbólica del clientelismo político. Más concretamente, las relaciones clientelares se encubrieron bajo la forma de arreglo clientelar basada en la prestación posterior (dimensión objetiva o transaccional). El encubrimiento se produjo al postergar la devolución de favores en el tiempo ya que los mediadores políticos gestionaron y distribuyeron las ofertas posteriores del patrón o estructura estatal a favor de algunos clientes corporativos y burocráticos, cuando el bloque o partido alcanza el poder político. Asimismo, las prácticas clientelares se encubrieron bajo el manto de un discurso contraclientelar desinteresado y revolucionario, fuertemente anclada a las reivindicaciones sociales y étnico – culturales (dimensión subjetiva o simbólica). Este sistema de creencias y representaciones simbólicas contra clientelares crearon y legitimaron la nueva matriz idea-fuerza, que sostiene y encubre el funcionamiento de las relaciones clientelares, en el nuevo régimen de poder del MAS. De esta forma, las prácticas clientelares formalmente son censuradas en la dimensión subjetiva o simbólica del clientelismo político, pero también son aceptadas por los clientes corporativos y burocráticos como un mecanismo eficaz de resolución de las demandas sociales, en la dimensión objetiva o transaccional del clientelismo político.

En consecuencia, el clientelismo político se constituye en el mecanismo de mediación política informal y en el soporte del sistema político partidario, lo cual deteriora el funcionamiento de las organizaciones sociales y degenera el ejercicio de la democracia formal y deliberativa. La desaparición del clientelismo político es hoy, muy incierto, porque este fenómeno está fuertemente enraizada en la lógica clientelar en que el Estado se relaciona con la sociedad civil, lo cual sigue siendo el mecanismo de subordinación y dominación política de las masas insumisas. Además, las redes o instituciones clientelares adquirieron mayor importancia porque, a diferencia de los medios mediáticos, estos pueden establecer la presencia del partido a nivel local, sostener la campaña proselitista y cuidar el voto del partido en las urnas. Por eso, la práctica clientelar es difícil de eliminar de la práctica política, pero es posible reducir su radio de acción, a través de políticas sociales que desalienten a los sujetos políticos (personas o instituciones) a depender de estas instituciones informales.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBERTI, Giorgio y MAYER, Enrique
1974 “Reciprocidad andina: Ayer y hoy”. En ALBERTI *et al. Reciprocidad en los andes peruanos*. Perú, Instituto de Estudios Peruanos (IEP).
- ALBO, Xavier
1995 *Bolivia plurilingüe: (guía para planificadores)*. La Paz, CIPCA – UNICEF.
- ANTEZANA, Mauricio
1993 *El Alto desde El Alto II, Ciudad en emergencia*. La Paz, UNITAS.
- ANZE, Rosario
1995 *Construyendo una identidad en la zona sur de El Alto*. La Paz, CEBIAE.
- AUYERO, Javier
2004 *Clientelismo político: Las caras ocultas*. Buenos Aires, CAPITAL INTELECTUAL.
2001 *La política de los pobres: Las prácticas clientelares del peronismo*. Buenos Aires, MANANTIAL.
1997 *¿Favores por votos?: Estudios sobre clientelismo político contemporáneo*. Buenos Aires, LOSADA.
1996 “La doble vida del clientelismo”. En: *Revista Sociedad*, N° 8, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, UBA.
- BOBBIO, Norberto
2001 *El futuro de la democracia*. México, FCE.
1989 *Liberalismo y democracia*. México, FCE.
- BOURDIEU, Pierre
2001 *El campo político*. La Paz, PLURAL.
1994 *Razones Prácticas: Sobre la teoría de la acción*. Barcelona, ANAGRAMA.
- CHÁVEZ, Patricia
2001 *Los límites estructurales de los partidos de poder como estructuras de mediación democrática: Acción Democrática Nacionalista en el Departamento de La Paz (1997 – 1998)*. Tesis de licenciatura, SOCIOLOGÍA – UMSA.
- CORZO, Susana
2002 *El clientelismo político como intercambio*. Barcelona, Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS).
- DE CERTAU, Michel *et al.*
2004 *La invención de lo cotidiano 2: Habitar, cocinar*. México, UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA – INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE.

- ESCOBAR, Cristina.
1997 “Clientelismo y protesta social: Política campesina en el norte colombiano”. En: Auyero *et al. ¿Favores por votos?: Estudios sobre clientelismo político contemporáneo*. Buenos Aires, LOSADA.
- FANON, Frantz
1963 *Los condenados de la tierra*. México, Fondo de Cultura Económica (FCE).
- FEJUVE – EL ALTO
2004 *Documentos y Resoluciones XIII Congreso Fejuve El Alto*. La Paz, GREGORIA APAZA.
2003 *Estatuto orgánico*. Federación de Juntas Vecinales de El Alto (FEJUVE – EL ALTO).
- FERNÁNDEZ, Johnny
1993 *En las manos: La ciudad de El Alto*. Cochabamba, Centro Reporteros Populares (CRP).
- FLORES, Jesús *et al.*
2007 *Mujeres y movimientos sociales en El Alto: Fronteras entre la participación política y la vida cotidiana*. La Paz, FUNDACIÓN PIEB.
- GARCÍA, Álvaro (coord.)
2004 *Sociología de los movimientos sociales en Bolivia: Estructuras de movilización, repertorios culturales y acción política*” La Paz, DIAKONÍA – OXFAM.
- GARCÍA, Álvaro
2005^a “Los retos de la democracia en Bolivia”. En: GARCÍA *et al. Democracia en Bolivia: Cinco análisis temáticos del segundo estudio nacional sobre democracia y valores democráticos*. La Paz, CNE.
2005^b “La lucha por el poder en Bolivia”. En: GARCÍA *et al. Horizontes y límites del estado y el poder*. La paz, MUELA DEL DIABLO – COMUNA.
2004^a “La crisis de Estado y las sublevaciones indígena-plebeyas” En: GARCÍA *et al. Menorías de octubre*. La paz, MUELA DEL DIABLO.
2004^b “Democracia liberal vs. Democracia de ayllu”. En: *El juguete rabioso*, enero de 2004.
2003 “El Alto insurrecto”. En: *El juguete rabioso*, octubre de 2003.
- GAY, Robert.
1997 “Entre el clientelismo y el universalismo: Reflexiones sobre la política popular en el Brasil urbano”. En: Auyero *et al. ¿Favores por votos?: Estudios sobre clientelismo político contemporáneo*. Buenos Aires, LOSADA.
- GOBIERNO MUNICIPAL
1995 *Surge El Alto tenaz*. Boletín.
- GOFFMAN, Irving
1959 *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, AMORRORTU.

- GÓMEZ, Luís
2006 *El Alto de pie: Una insurrección aymará en Bolivia.*
La Paz, TEXTOS REBELDES.
- GONZÁLES, José
1997 *El clientelismo político: Perspectiva socioantropológica.*
Barcelona, ANTHROPOS.
- GUAYGUA, Germán *et al.*
2000 *Ser joven en El Alto: Rupturas y continuidades en la tradición cultural.*
La Paz, FUNDACIÓN PIEB.
- GÜNES-AYATA, Ayse
1997 “Clientelismo: Premoderno, moderno y posmoderno”. En: Auyero *et al.*
¿Favores por votos?: Estudios sobre clientelismo político contemporáneo.
Buenos Aires, LOSADA.
- INE
2004 *Estadísticas e indicadores socioeconómicos del Municipio de El Alto, N° 20.*
La Paz, Instituto Nacional de Estadística (INE).
- MAMANI, Pablo
2005 *Microgobiernos barriales: Levantamiento de la ciudad de El Alto*
(octubre 2003). La Paz, CADES – IDIS.
2004 *El Rugir de las multitudes: La fuerza de los levantamientos indígenas en*
Bolivia/Qullasuyo. La Paz, ARUWIYIRI – YACHAYWASY.
- MAYORGA, Fernando
2002 *Neopopulismo y democracia: Compadres y padrinos*
en la política boliviana (1988 – 1999). La Paz, CESU – UMSS.
- MELUCHI, Alberto
1999 *Acción Colectiva, vida cotidiana y democracia.*
México, EL COLEGIO DE MÉXICO.
- MIRANDA, Néstor
1977 *Clientelismo y dominio de clase: (Modo de obrar político*
en Colombia). Bogotá, CINEP.
- MOLINA, José
2001 *Análisis de redes sociales una introducción.*
Barcelona, BELLATERRA.
- OPORTO, Víctor
2002 *Triunfo de los vilipendiados del MAS.*
La Paz, Centro de Investigaciones de Trabajo Social (CITS).
- ORELLANA, Lorgio
2006 *Nacionalismo, populismo y régimen de acumulación en Bolivia:*
Hacia una caracterización del gobierno de Evo Morales. La Paz, CEDLA.
- PAR – EL ALTO
2005 *El Alto: Nueve aspectos que configuran la ciudad.* El Alto,
Proyecto de Apoyo a la Reforma Educativa El Alto (PAR – EL ALTO).
- PERALTA, María
2006 *Las estrategias del clientelismo “social”.*
Buenos Aires, ESPACIO.

- QUISPE, Marco
2004 *De ch'usa marka a jach'a marka (de pueblo vacío a pueblo grande)*. La paz, PLURAL EDITORES.
- QUISBERT, Máximo
2003 *FEJUVE El Alto 1990 – 1998: Dilemas del clientelismo colectivo en un mercado político en expansión*. La paz, THOA – ARWIYIRI.
- RAMOS, Edgar
2004 *Agonía y rebelión social: 543 motivos de justicia urgente*. La paz, PRESENCIA.
- REQUENA, Félix
1991 *Redes sociales y mercado de trabajo. Elementos para una teoría del capital relacional*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- RIVERA, Silvia
1990 “Democracia liberal y democracia de ayllu: El caso de norte de Potosí, Bolivia”. En: ILDIS, *El difícil camino hacia la democracia*. La Paz, ILDIS.
1993 “La raíz: Colonizadores y colonizados”. En: ALBO, Xavier y BARRIOS, Raúl. *Violencias encubiertas en Bolivia*. La Paz, CIPCA – ARWIYIRI.
1984 *Oprimidos pero no vencidos: Luchas del campesinado aymara y qhechwa 1900 – 1980*. La Paz, HISBOL – CSUTCB.
- RIVERO, María del Carmen
2006 *El poder de las luchas sociales. 2003: Quiebre del discurso neoliberal*. La Paz, CEDLA.
- ROMERO, Salvador
2005 *En la bifurcación del camino: Análisis de resultados de las elecciones municipales 2004*. La Paz, Corte Nacional Electoral (CNE).
1988 *Geografía electoral de Bolivia*. La Paz, FUNDEMOS.
- RONIGER, Luís
1997 “Sociedad civil, patronazgo y democracia”. En: Auyero *et al.* *¿Favores por votos?: Estudios sobre clientelismo político contemporáneo*. Buenos Aires, LOSADA.
- SANDOVAL, Godofredo y SOSTES, Fernanda
1989 *La ciudad prometida. Pobladores y organizaciones sociales en El Alto*. La Paz, SYSTEMA – ILDIS.
- SCHRÖTER, Bárbara
2010 “Clientelismo político: ¿existe el fantasma y cómo se viste?”. En: *Revista Mexicana de Sociología* 72, núm. 1 (enero-marzo 2010), Pág. 141-175. México, Universidad Nacional Autónoma de México – Instituto de Investigaciones Sociales.
- STEFANONI, Pablo
2004 “Articulando lo político y lo social: Algunas reflexiones sobre el MAS-IPSP”. En: *Temas sociales N° 25, Revista de Sociología UMSA*. La Paz, Instituto de Investigaciones Sociales (IDIS).
- STEINBERG, Marc
1999 “El rugir de la multitud: Repertorios discursivos y repertorios de acción colectiva de los hiladores de seda de Spitalfields, en el Londres del

siglo XIX”. En: AUYERO, Javier (Comp.). *Caja de herramientas: El lugar de la cultura en la sociología norteamericana*. Buenos aires, UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES.

TAPIA, Luis

2014 *El leviatán criollo*. La Paz, AUTODETERMINACIÓN.

2005 “El Presidente colonial”. En: GARCÍA *et al.* *Horizontes y límites del estado y el poder*. La paz, MUELA DEL DIABLO – COMUNA.

2004 “Crisis y lucha de clase”. En: GARCÍA *et al.* *Menorías de octubre*. La paz, MUELA DEL DIABLO.

TEJERA, Héctor

2003 “*No se olviden de nosotros cuando esté allá arriba*”: *Cultura, ciudadanos y campañas políticas en la ciudad de México*. México, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA – UNIV. IBEROAMERICANA.

TROTTA, Miguel

2003 *Las metamorfosis del clientelismo político: Contribución para el análisis institucional*. Buenos Aires, ESPACIO.

VASCO, Eloísa

1978 *Clientelismo y minifundio: Bases socio-económicas del poder político en un municipio minifundista*. Bogotá, CINEP.

WEBER, Max

1964 *Economía y sociedad: Esbozo de sociología comprensiva I*. 2º Ed. Bogotá, FCE.

ZEGADA, María

2002 “Sorpresas de las elección: MNR, MAS, NFR y ADN”.
En: FUNDEMOS. *Opinión y Análisis: Elecciones presidenciales 2002*.
La Paz, FUNDEMOS.

ZIBECHI, Raúl

2006 *Dispersar el poder: Los movimiento como poderes antiestatales*.
La Paz, TEXTOS REBELDES.

En línea

CNE

2014 *Base de datos de los procesos electorales 1999, 2002, 2004, 2005 y 2006*.
<http://www.cne.org.bo/> (15/03/2011).

INE

2014a *Base de datos del Censo 2012*.
<http://datos.censosbolivia.bo/binbol/RpWebEngine.exe/Portal?&BASE=CPV2012COM> (31/03/2014).

INE

2014b *N 3 Tasa de crecimiento intercensal y densidad*.
http://www.censosbolivia.bo/sites/default/files/archivos_adjuntos/N%203%20Tasa%20de%20Crecimiento%20Intercensal%20y%20densidad.pdf (25-03-2014).

WIKIPEDIA

2014 “El Alto” En: *Wikipedia*.
http://es.wikipedia.org/wiki/El_Alto (31/03/2014).