

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



**La construcción de un movimiento regional: El caso de Fuerza Loretana  
(1992-2014)**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIA POLÍTICA Y  
GOBIERNO**

**AUTORA**

María Alejandra Chinchay Cáceres

**ASESOR**

Ricardo Martín Tanaka Gondo

Septiembre, 2021

## AGRADECIMIENTOS

El fruto de estos años se lo dedico principalmente a mis padres, Alcides y Carmen, quienes desde el primer momento apoyaron mi decisión de estudiar Ciencia Política, incluso si no estábamos seguros de qué se trataba la carrera, incluida yo. Sin su esfuerzo constante y la motivación que me dieron desde pequeña para superarme no sería posible el estar aquí.

Agradezco con todo el corazón a mi hermana, por siempre haber tenido los abrazos abiertos cuando requería fuerza para continuar, siempre apoyaré tus sueños; y a mi prima, sus consejos y por siempre escuchar cuando lo necesité, prometo estar siempre para mis sobrinos. A toda mi familia, por las conversaciones los domingos en la mesa, incluso cuando no concordábamos en nada, simplemente por estar siempre allí.

Quisiera agradecer a todas las amistades que hice en la universidad. A las personas que conozco desde el primer ciclo y con quienes compartimos risas y más de un dolor. A quienes conocí en el camino y ahora no imagino mi vida sin ustedes. A mis amigas, casi hermanas, Vinka Loayza y Claudia Villena, por su apoyo incondicional desde la primera semana de universidad y durante todo el desarrollo de esta tesis, que nuestra amistad no termine aquí.

De manera especial quiero agradecer a todas las profesoras, profesores y jefas/jefes de práctica que he tenido el placer de conocer en estos años. Cada una y cada uno, de una manera u otra, me inspiraron a ser mejor y a no rendirme. Aunque disfruté de las clases, lecturas y trabajos, debo decir que fue su calidad como personas y profesionales lo que llevaré conmigo por siempre.

## RESUMEN

Esta tesis presenta los factores involucrados en el éxito electoral del movimiento Fuerza Loretana y su líder, Yván Vásquez, desde 1992 hasta el año 2014, últimas elecciones regionales en las que el movimiento participó. El estudio tiene una metodología cualitativa, basada en entrevistas y revisión de fuentes primarias y secundarias. El análisis concluye, primero, que las alianzas estratégicas establecidas en la etapa inicial del movimiento le brindaron las herramientas necesarias para comenzar la carrera política con ventaja frente a otras organizaciones políticas; segundo, que Fuerza Loretana implementó exitosamente una estrategia de “clientelismo de campaña”; así como un clientelismo relacional a través de la implementación de programas sociales como “Techo Digno”, impulsado por el Gobierno Regional de Loreto. Finalmente, que es muy importante el uso de los medios de comunicación en los ámbitos regional y local, pero sujeto a prácticas muy poco profesionales que ponen en riesgo el juego democrático a nivel subnacional.

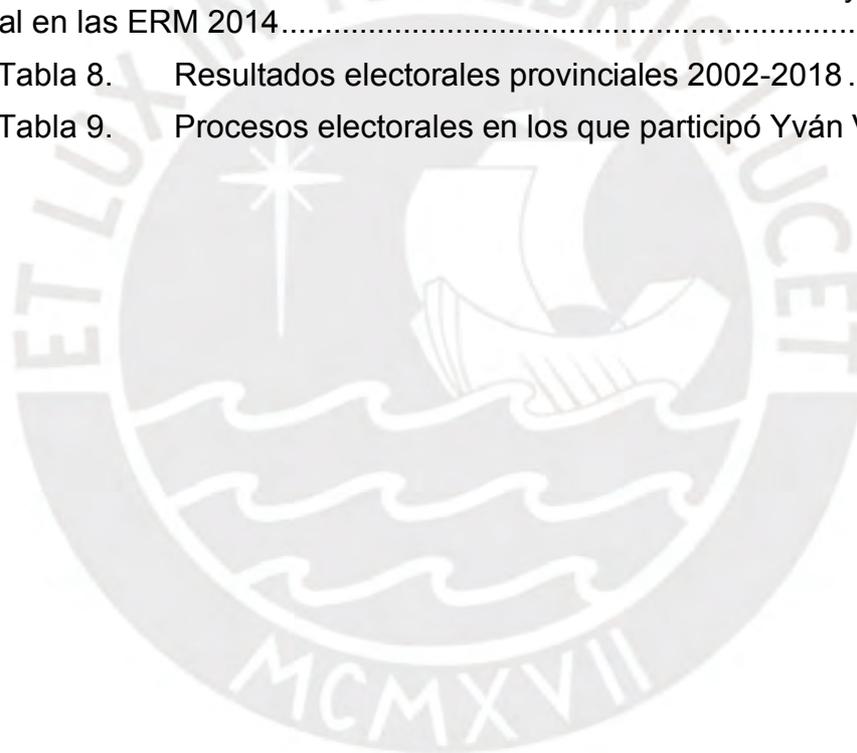
Palabras clave: alianzas estratégicas, clientelismo electoral, clientelismo relacional, medios de comunicación, política subnacional

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	I
1           CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO Y CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS.....	1
1.1    Marco teórico.....	3
1.2    Metodología.....	7
2           CAPÍTULO: ESCENARIO POLÍTICO DE LA REGIÓN.....	9
2.1    Elecciones regionales en Loreto.....	9
2.1.1 Análisis sobre los votos hacia Fuerza Loretana en las elecciones regionales.....	18
2.1.2 Análisis sobre los votos hacia Fuerza Loretana en las elecciones provinciales.....	26
2.2    Análisis sobre la volatilidad partidaria, nivel de regionalización y cohesión partidaria de Fuerza Loretana.....	28
3           CAPÍTULO: CONSTRUCCIÓN E INICIOS DEL MOVIMIENTO REGIONAL FUERZA LORETANA.....	30
3.1    Alianzas estratégicas.....	31
3.2    Capital Político.....	38
3.2.1 Capital ideacional.....	39
3.3    Organización interna del partido.....	43
Gráfico 1. Organización interna de Fuerza Loretana.....	44
3.3.1 Selección de candidatos.....	47
3.4    Rol del líder.....	47
4           CAPÍTULO: ESTRATEGIAS DEL MOVIMIENTO FUERZA LORETANA ACCEDER Y MANTENERSE EN EL PODER.....	53
4.1    Estrategias clientelistas.....	53
4.1.1 Dinámicas con la población en época electoral.....	55
4.1.2 Dinámicas clientelares con la población durante la gestión del Gobierno Regional (2010 – 2014).....	58
4.1.   Arena política: Dinámica de los medios de comunicación.....	64
5.           CONCLUSIONES:.....	70
6.           BIBLIOGRAFÍA.....	80
7.           ANEXOS.....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Resultado final de las elecciones regionales 2002.....	10
Tabla 2.	Resultado final de las elecciones regionales 2006.....	13
Tabla 3.	Resultado final de las elecciones regionales 2010.....	15
Tabla 4.	Resultado final de las elecciones regionales 2014.....	17
Tabla 5.	Distribución de votos en los distritos con mayor población electoral en las ERM 2006.....	20
Tabla 6.	Distribución de votos en los distritos con mayor población electoral en las ERM 2010.....	22
Tabla 7.	Distribución de votos en los distritos con mayor población electoral en las ERM 2014.....	24
Tabla 8.	Resultados electorales provinciales 2002-2018.....	26
Tabla 9.	Procesos electorales en los que participó Yván Vásquez...49	



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Organización interna de Fuerza Loretana .....44



## INTRODUCCIÓN

La presente investigación explica los factores que dan cuenta del éxito electoral del movimiento regional Fuerza Loretana y, consecuentemente, su vigencia en el escenario político de la región de Loreto a veintiocho años de su fundación. En un escenario de inestabilidad de las organizaciones políticas tradicionales, los movimientos regionales se posicionan como la oferta política preferida por el electorado en las urnas de las elecciones regionales y municipales. Este tipo de organización política tiende a ser creada con el fin último de participar en procesos electorales y llevar a quienes lo crearon a puestos de poder.

Fuerza Loretana, creada por Yván Vásquez, un empresario de la región, sobresale por mantener una propuesta y un discurso político establecido desde su creación. Fundada en 1992, el movimiento logró conseguir el segundo puesto en las primeras elecciones regionales a las que se presentó (ERM 2002), así también, se convirtió en la fuerza política más importante de la región en las subsecuentes elecciones (ERM 2006 y ERM 2010) y, a pesar de no haber ganado el gobierno regional en las ERM 2014, logró posicionar una cantidad de alcaldes provinciales incluso mayor que en años anteriores. Sin embargo, se debe tomar en consideración su falta de participación en las elecciones celebradas en 2018, que le deberán costar en el futuro una cantidad considerable de apoyo popular. Con una historia así, se puede concluir que Fuerza Loretana ha tenido gran presencia en la región y sostuvo en su tiempo una fuerza política de gran peso, superando a otros movimientos que, a pesar del éxito electoral, desaparecen rápidamente en el tiempo.

En definitiva, no es el primer caso “atípico” de movimientos regionales con gran éxito electoral y permanencia en la escena política; uno de los ejemplos más resaltantes es Chim Pum Callao en la región del Callao y Nueva Amazonía en San Martín. En las investigaciones entorno a estos movimientos exitosos, se

ha prestado especial atención a los casos de autoridades que son reelegidas de manera constante como Luis Bueno (Chosica) o César Álvarez (Ancash). Todos estos ejemplos se ubican en la costa y sierra del país; sin embargo, la disciplina de la ciencia política no ha ahondado en las dinámicas al interior de la selva, cuya característica principal es el difícil acceso a la población y los problemas de conectividad entre la población a raíz de su accidentada geografía.

La primera línea de investigación de estos casos atípicos se enfoca en factores como las alianzas estrategias entre líderes locales y los movimientos regionales. La idea principal es que los movimientos buscan a los líderes locales para que postulen bajo su sello, de manera que logran posicionarse como una oferta política viable y garantizan un mínimo de votos a su favor. Por otro lado, estos movimientos deben ser maquinarias competitivas; es decir, que deben ser atractivas para que los líderes locales escojan la mejor opción.

Una tercera línea de investigación está dedicada al personalismo de los movimientos. La tesis principal es que los movimientos logran tener éxito en las elecciones por la imagen pública de su líder y la respuesta positiva de la población hacia dicho líder. En este punto es muy importante el carisma de quien representa al movimiento, sus actitudes y cómo se presentan ante la población, pues ello es lo que atrae a los votantes y termina convirtiéndose en la explicación detrás del éxito de dichos movimientos.

En cuarto lugar, uno de los factores que explican la permanencia de una autoridad en su cargo es el escenario de corrupción que pudo haber construido a su alrededor para tal fin. El caso más conocido es el de César Álvarez en Ancash (Arévalo 2014, Melgar 2017), quien desarrolló una red de corrupción que abarcaba desde el sistema judicial en su propia región, hasta la región de Lima a fin de proteger sus actividades ilícitas. El cargo de gobernador regional era una necesidad para mantener la red activa.

Tomando en consideración los ejes y factores explicativos previamente mencionados, el trabajo se pregunta qué factores han influido en el éxito electoral del movimiento regional Fuerza Loretana. La pregunta estaba enfocada en encontrar principalmente factores endógenos al movimiento; es decir, características del mismo y cómo su historia, organización y dinámicas podrían

explicar el éxito electoral del que gozó. Así también cabe considerar dinámicas y estrategias que se realizaron una vez en el poder para mantenerse en la posición en la que se encontraban.

La investigación se ha desarrollado bajo una metodología cualitativa, basada en la realización de entrevistas semiestructuradas a ex autoridades, militantes y periodistas de la región. La información brindada por las personas mencionadas servirá para poder reconocer qué factores resaltan y explican el éxito electoral del movimiento; así también como eventos y situaciones particulares que hayan tenido algún efecto – ya sea negativo o positivo – en la historia de Fuerza Loretana. Para la investigación se ha hecho uso de las bases de datos brindadas por Infogob, noticias periodísticas de índole virtual y documentos oficiales del Gobierno Regional de Loreto de carácter público.

La presente tesis se divide en cuatro capítulos. En el primer capítulo se plantean las cuestiones metodológicas. Se presenta además la hipótesis y las variables que serán explicadas en el desarrollo de la tesis. En el primer capítulo se encuentran presentes también el estado de la cuestión y el marco teórico. Este último se desarrolla en tres teorías, la primera sobre las diferencias entre el clientelismo electoral y clientelismo relacional en base a Simeone Nichter (2010), haciendo uso además del término “clientelismo de campaña” acuñado por Paula Muñoz (2013,2014 y 2019). También tiene cabida la teoría de política de campaña planteada por Manuel Castells (2010) a fin de entender el rol de los medios de comunicación en la región y cómo se organizaban las campañas electorales. También se hará uso de parte de la teoría de los *brokers*, desarrollada por Susan Stokes (2005), específicamente la explicación que la autora brinda al porqué resulta más conveniente para un candidato acercarse y brindar bienes y servicios a la población pobreza y extrema pobreza.

El segundo capítulo tiene como fin presentar la información electoral de la región de Loreto desde el año 2002 con el objetivo de establecer el escenario en el que Fuerza Loretana se posicionó como la mayor fuerza política. Específicamente, la información relacionada a los procesos electorales de 2002, 2006, 2010 y 2014 a nivel regional y provincial. Se hará evidente en este capítulo cómo los movimientos regionales se apoderaron del escenario político desde

inicios del milenio, desplazando por completo a los partidos nacionales hasta las elecciones regionales de 2018. Del mismo modo, se apreciará que la región de Loreto presenta una oferta política relativamente estable en tanto suelen presentarse las mismas organizaciones políticas.

En el tercer capítulo se tratarán las variables endógenas que llevaron a Fuerza Loretana a tener gran éxito electoral; es decir, elementos propios del movimiento que conllevaron a su gran recibimiento por parte de la población. La primera de ellas serían las alianzas estratégicas que desarrolló el movimiento en sus primeros años de creación con otra organización política más estructurada, UNIPOL, lo que le representó una ventaja frente a otros movimientos que fueron iniciando sus actividades de cara a las elecciones regionales de 2002. Esa alianza estratégica le ganó contar con el apoyo de un reconocido político de la región con experiencia en organizaciones y de una base social prestada para los inicios del movimiento en política en los años noventa. Con esas herramientas, Fuerza Loretana comenzó a armar el movimiento y encaminarlo para sus objetivos políticos.

La segunda variable es el capital político que comprende tanto capital administrativo como capital ideacional (Hale 2006). Para los propósitos de la investigación, el trabajo se estará enfocando en el capital ideacional. Efectivamente, el movimiento tuvo una ideología “regionalista” que buscaba la reivindicación de lo propio a través de tres ejes de trabajo. La pregunta de esta sección está dirigida a cuestionarnos la probabilidad de que el capital ideacional con el que inicia una organización política se mantenga en el tiempo.

La tercera variable a considerar en el caso de estudio es el peso e importancia de la organización interna. Si bien no es una característica común en los movimientos regionales, el contexto en el que se desarrolla Fuerza Loretana requería de un aparato organizativo que permitiese acceder a la gran mayoría de la población y que se trabajase constantemente para posicionar al movimiento como una opción política viable. Ello fue trabajado por el movimiento en un punto en la historia en el que otras organizaciones no estaban considerando la gran expansión; sin embargo, al verse como una necesidad, las demás organizaciones desarrollaron un esquema similar.

Por último, se considera a la participación de Yván Vásquez como uno de los factores determinantes en el éxito electoral de Fuerza Loretana. Se reconoce a Fuerza Loretana como un movimiento altamente personalista, pues el nombre movimiento es asociado inmediatamente a la personalidad de Vásquez. En un escenario en el que no hay atractivos ideológicos, el carisma del líder es lo que ayuda a que la población se sienta identificada y decida apoyar al candidato o a la organización (Kitschelt 2000). Sus actividades a inicios del milenio para acercarse a la población fue una de las estrategias por las que ganó mayor apoyo electoral, pues la mayoría eran comunidades que no eran consideradas para realizar campaña.

En el cuarto capítulo se abordan las variables de gestión que explican la vigencia de Fuerza Loretana. Por un lado, se tienen las estrategias clientelares desarrolladas durante la época de campaña electoral que responden a la búsqueda de participación de la población en las actividades del partido. Estas funcionan cuando se presentaban opciones atractivas para la población como los campeonatos de fútbol en el caso de la región. Por otro lado, aunque Muñoz (2019) sostenga que los partidos políticos han dejado de lado las estrategias de clientelismo relacional para ganar el favor de la población, esta situación puede ser distinta a nivel subnacional. Como se presentará, el programa social Techo Digno representó una oportunidad para establecer lazos con la población de largo plazo. Enfocándose en la población de bajos recursos económicos, el programa buscaba brindar techos de calaminas a la población que más lo necesitase. La capacidad de calificar a este programa como estrategia de clientelismo relacional es discutido a fines de esta sección.

Para finalizar, el cuarto capítulo cuatro presenta además las dinámicas entre las organizaciones políticas y los medios de comunicación para el funcionamiento de la política en la región. Así, se verá como se debía a la dinámica de compra y alquiler de espacios periodísticos se ha vuelto una necesidad para actuar en política. Así también se mencionará el peso e influencia que los medios tienen en la decisión final de la población al momento de elegir algún representante.

## 1 CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO Y CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

La presente investigación se propone estudiar los factores que explican la vigencia del partido regional Fuerza Loretana a casi 30 años de introducción en el escenario político de la región de Loreto. Con ello en mente, se busca profundizar en las posibles causas que llevan a una organización política a perdurar en el tiempo, una característica excepcional para las organizaciones políticas conocidas como movimientos regionales. Se partió de la idea que Fuerza Loretana podría considerarse un partido regional, no solo por el éxito electoral conseguido en todos los niveles de gobierno, sino también por el nivel de organización que logró hacer funcionar por tantos años. En futuros capítulos dicha idea será cuestionada hasta por fin determinar el estatus actual de esta organización política.

El foco en la región de Loreto permite acercarnos a un espacio que, si bien es gran objeto de investigaciones por parte de disciplinas de las ciencias sociales como la sociología y antropología, ha sido poco explorado desde la especialidad de ciencia política. De igual manera, profundizar en las dinámicas políticas a nivel regional y el escenario en el que se desarrollan permite entender más sobre la participación ciudadana, motivaciones de políticos y otros actores políticos que pueden incidir en el ejercicio de la democracia.

Como pocos movimientos a nivel nacional, Fuerza Loretana ha logrado la continuidad de sus actividades desde 1992 hasta la actualidad, gozando de una relativa estabilidad en su éxito electoral hasta las Elecciones Regionales y Municipales (ERM) 2018. Su fundador, Yván Vásquez, es uno de los actores políticos más reconocidos y mediáticos de la región por el éxito electoral conseguido durante las ERM 2006 y ERM 2010 como candidato a gobernador regional. En su rol fundador, presidente y candidato de Fuerza Loretana logró mantener ventaja con un margen mayor a 50,000 votos por sobre otras organizaciones políticas. Su reelección en el cargo se dio con 32% de votos a su favor; a pesar de declive frente al 41% de votos en el 2006, los casos de

reelecciones a nivel subnacional con más del 30% de apoyo electoral son aislados.

El presente estudio sostiene que la vigencia de Fuerza Loretana está directamente relacionada a causas endógenas; es decir, características del propio movimiento que explicarían su éxito electoral y su capacidad de mantenerse activo políticamente. La primera de estas causas es parte de la historia del mismo y de los vínculos que mantuvo con una organización política mejor posicionada en la región. Su capacidad para iniciar la carrera política con ventaja frente a otras organizaciones fue clave para el despegue inicial del movimiento. La segunda causa endógena es el nivel de organización interna durante la época electoral y fuera de la misma. Ello asegura la participación de la militancia en diferentes actividades organizativas del partido como son instancias de toma de decisiones y reafirma su compromiso con el partido. Así, la participación va más allá de las actividades proselitistas que brindan apoyo a la organización y, consecuentemente, le otorga mayor legitimidad frente al electorado.

Se considera que factores como el manejo de capital político dividido en capital ideacional juegan un rol importante en el establecimiento del movimiento regional y en sus actividades iniciales. El partido logró construir un discurso programático basado en dos pilares propuestos por el líder Yván Vásquez: la “ideología regionalista” y la “trilogía de la emergencia”. Los discursos y propuestas están orientados a la reivindicación de lo propio, tanto en costumbres como lenguas, y el desarrollo del sentir de pertenencia desde el punto de vista de la cosmovisión de la población a través de la ideología regionalista. Sin embargo, estos ideales iniciales no fueron trabajados mientras se obtenía mayor poder político, por lo que pronto el movimiento se enfocó más en materia de gestión.

Sostengo que Fuerza Loretana fue más que un vehículo electoral para líderes locales que buscaron llegar al poder a través de alianzas estratégicas, un escenario muy presente en los movimientos regionales. Lejos de ser una “coalición de independientes”, este movimiento ha logrado convertirse en un

partido regional gracias al desarrollo de una estructura que le ha permitido enraizarse en el vasto y desigual territorio de la región.

### 1.1 Marco teórico

Como se ha podido reconocer, gran parte de las estrategias clientelistas están enfocadas a cubrir una necesidad, otorgar un bien o un servicio que beneficie a una parte de la población de la cual se espera recibir algo a cambio. Cuando ello es aplicado hacia la ciudadanía, es lógico pensar que aquellos que estarán más dispuestos a aceptar los ofrecimientos serían quienes están en necesidad de los mismos. Susan Stokes (2005) sostiene que las estrategias clientelistas aplicadas por las autoridades se enfocan en los ciudadanos con más necesidades, generando graves efectos negativos en la democracia y el desarrollo económico.

La investigación de Stokes desarrolla la teoría de los *brokers*, entendidos como “agentes que tienen sus propios intereses y compiten entre ellos con el fin de articular a los grupos comunitarios a nivel social con los partidos centrales y los políticos; por lo que desempeñan un papel valioso como intermediarios”. Tanaka y Meléndez consideran que los *brokers* son el enlace entre el partido y la población, esencialmente necesarios para el monitoreo de votos; aunque su valor radica además en la capacidad para proveer información descentralizada necesaria para que las organizaciones políticas puedan establecer una estrategia (2014, p. 66).

Stokes encuentra que los candidatos o autoridades políticas buscan a la población con menor ingreso económico para ofrecerles bienes o servicios porque cubrir sus necesidades inmediatas tendrá mucho mayor impacto en esta población en particular (2005, p. 169). En efecto, el bien o servicio brindado será más apreciado por quien más lo necesite que por aquella parte de la población que no se encuentra en la misma situación; especialmente cuando se trata de una necesidad básica como por ejemplo el servicio de agua potable.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ver Nichter (2013)

Sin embargo, Stokes hace énfasis en que, si bien el público objetivo es la población en pobreza o extrema pobreza, debe existir un filtro que determine quiénes gozaran del bien o servicio (2005, p. 170). La lógica detrás de ello es que toda estrategia clientelista requiere de una inversión y debe haber cierto grado de seguridad que la población beneficiada vaya a retribuir el bien o servicio brindado a través de apoyo político, ya sea en los mítines como en las urnas.

Por otro lado, es más sencillo que las máquinas clientelares se enfoquen en esta población porque necesitan menos ingresos de utilidad que las personas de condiciones económicas más favorables y genera mayor satisfacción (Stokes, 2013, p. 161). Así, cubrir las necesidades básicas de la población de bajos recursos económicos aumenta, en mayor medida, la satisfacción por las acciones del partido. Por el contrario, las personas con mayores ingresos económicos no se verán satisfechas con las mismas acciones por parte de la maquinaria política.

Se puede afirmar, en rasgos generales, que los votantes en situación de pobreza y pobreza extrema se encuentran en mayor riesgo de ser víctimas de estrategias clientelistas que busquen “comprar sus votos”. El partido o movimiento debe, de cierta manera, asegurar que las estrategias aplicadas vayan a ser útiles para el fin último de ganar las elecciones. En ese sentido, ¿cómo podrían garantizar el voto de la población?

Como señaló Muñoz (2016), es imprescindible hacer una diferenciación teórica entre los clientelismos existentes a fin de hacer buen uso de sus definiciones y entenderlos más a profundidad. Con este objetivo en mente se consideran los conceptos propuestos por Nichter (2010), quien separa el clientelismo electoral del clientelismo relacional. El primero está enfocado en los beneficios que los políticos otorgan a los ciudadanos en etapa electoral con el fin de asegurar sus votos; mientras que en el segundo caso se busca establecer una relación más duradera con los ciudadanos en la cual los beneficios son entregados después que el político haya sido elegido.

Podemos hablar de clientelismo electoral cuando el candidato otorga bienes – como por ejemplo comida, vestimenta e incluso dinero – a la población con el objetivo de asegurar su apoyo en las urnas. Este tipo de práctica puede

ser conocida como “compra de votos”; sin embargo, no es posible garantizar que la población beneficiada vaya a votar por quien le proveyó el bien.

Por otro lado, el clientelismo relacional “corresponde mejor con el significado convencional de máquinas clientelistas” (Muñoz 2016). En ese sentido, este tipo de clientelismo busca establecer lazos fuertes y de largo plazo con la población para que sigan brindando su apoyo tanto fuera como durante la campaña electoral. Un ejemplo en el caso peruano es en la maquinaria clientelar que representa el partido nacional Alianza Para el Progreso (APP). Barnechea (2014) señala que su estrategia se basa en una serie de fundaciones sociales – como lo son las becas estudiantiles – asociadas al consorcio universitario UCV-USS-UAP que posee el líder del partido. Así, el otorgar becas de estudios, cuya duración es de un mínimo 5 años en una carrera universitaria, permite asegurarse el apoyo del estudiante – e incluso de su familia – durante al menos ese periodo de tiempo.

Nichter (2010) señala que, por lo general, esta estrategia busca cubrir una necesidad de la población a la cual el Estado no ha logrado responder, lo que permite a los candidatos una ventana de oportunidad para proponerse como agentes comprometidos con la población. Haciendo un balance de costo – beneficio, podríamos observar que el clientelismo relacional resulta más difícil de implementar puesto que requiere una mayor inversión de recursos económicos y organizativos.

Reconociendo nuestro fragmentado sistema de partidos, Tanaka y Meléndez (2016) señalan que para crear una relación clientelar se necesita de una organización relativamente estable, compleja y duradera y que, para ellos, el país no tiene. Ello concuerda con las investigaciones de Kitschelt (2000), Kitschelt y Wilkinson (2007) y Stokes (2005,2013), quienes sostienen que quienes logran sacar mayor provecho de estas estrategias son las organizaciones programáticas y, como señala también Nichter (2013) esto funciona porque pueden hacer un mayor seguimiento a los resultados de las estrategias implementadas.

Se suele señalar que la “democracia sin partidos” en la que vive la política peruana no es escenario para estudiar el clientelismo tanto electoral como

relacional. Esto se debe a que los partidos políticos y movimientos regionales carecen de una estructura organizativa, se enfocan en ser vehículos electorales y su objetivo final es llevar al líder al cargo por el cual postula (Tanaka y Vera 2010, Grompone 2005). Sin embargo, a pesar de ser una realidad en la mayoría de partidos y movimientos regionales, estas estrategias son efectivamente usadas por los partidos nacionales y los movimientos regionales, especialmente cuando se hace referencia a las estrategias dirigidas a la población. Por tal motivo, resulta pertinente estudiar y analizar cómo estas estrategias influyen en la decisión del voto de la ciudadanía.

Respecto al clientelismo y la relación entre político-ciudadano, Alice Cooperman (2019) analiza cómo en la política local y sus actores influyen la distribución de servicios públicos en Brasil. Bajo el uso de una metodología innovadora que combina encuesta a hogares brasileños realizadas por el Estado en 120 comunidades con los resultados electorales a nivel distrital, la investigadora busca entender la variación electoral a nivel submunicipal (2019, p. 36). En el marco de su tesis doctoral, basándose en la teoría del intercambio de favores, Cooperman encuentra que las relaciones entre los políticos y las autoridades electas con las comunidades se mantienen sostenidas en el tiempo en un ciclo que provee beneficios para ambas partes. Evidentemente, por un lado, la población obtiene los servicios básicos como agua potable a cambio de votar por cierto candidato; una relación que se mantuvo en el tiempo bajo la amenaza de perder el agua si el candidato seleccionado no ganaba *nuevamente*.

Como se mencionó anteriormente, es necesario que se reconozca a la población beneficiada a fin de garantizar los votos; especialmente si se trata de clientelismo relacional que requiere de mayor inversión de capital administrativo por parte de los candidatos. Las entrevistas realizadas por Cooperman tanto a las autoridades como a la población dieron a conocer que no existía, en la mayoría de las comunidades, información sistematizada y desagregada entorno a la provisión de servicios, específicamente agua potable, por parte del Estado. Cabe preguntarse entonces cuál fue el proceso de selección de las comunidades que serían beneficiadas con este servicio y otros bienes.

Los hallazgos de Cooperman señalan que es necesario tener una mayor actividad comunitaria que otras localidades; ello, junto con un liderazgo comunal fuerte, son condicionantes propicias para la organización y coordinación con un político a fin de intercambiar votos y presionar por el cumplimiento de las promesas electorales (2019, p. 57). En ese sentido, es necesario que dentro de la comunidad se cuente con un líder capaz de movilizar a la población de manera efectiva y que las actividades que realicen sean constantes. Este líder se convertía en el intermediario entre la comunidad y el candidato; de tal manera que este último pueda negociar con el líder de la comunidad. Por su parte, el líder de la comunidad tiene la capacidad de ejercer *accountability* frente al accionar del candidato una vez fuese electo.

## 1.2 Metodología

Dado que la investigación plantea profundizar en la organización interna de Fuerza Loreтана, se vuelve necesario el uso de una metodología cualitativa. Para tal fin, el análisis de la organización interna tiene un enfoque de abajo hacia arriba; es decir, se parte de entrevistar a la militancia a fin de conocer cómo estas personas perciben la organización interna del movimiento regional al que apoyan. En vista de ello, se plantea la realización de entrevistas semiestructuradas a ex candidatos de las esferas provinciales y distritales a fin de conocer más sobre la organización interna del partido que formaron parte de la militancia del movimiento. Además, la entrevista aborda los incentivos que tuvieron para postular con Fuerza Loreтана y, los factores que llevaron a unirse a la militancia del mismo.

En el caso de Loreto se puede observar que los medios de comunicación juegan un rol decisivo en la *agenda setting* de la región y tienen el poder para dar forma a las figuras públicas. La magnitud de su influencia en la toma de decisiones y la formación de opiniones de los ciudadanos y ciudadanas loretanos es preocupante dado que los medios funcionan como piezas intercambiables en el juego político de la región, actuando por conveniencia. La información proporcionada por periodistas y profesores universitarios en materia de

comunicación sobre el manejo político de la región advierte el revisar únicamente las publicaciones de los medios por la parcialidad con la que estos presentan las noticias. Estas entrevistas proporcionan información sobre cómo actúan los medios, quienes los manejan y sus periodistas frente a la presión económica de por medio.

Se reconoce la importancia de la recolección de datos y la sistematización de los mismos para entender el comportamiento electoral desagregado de la región Loreto. Ello sirve para poder comparar el apoyo electoral brindado al movimiento desde el nivel provincial y distrital en los comicios para elegir al gobierno regional. Se plantea trabajar con las bases de datos de las elecciones 2002, 2006, 2010 y 2014 debido a que representan la participación del movimiento en comicios electorales de tres niveles electorales: regional, provincial y distrital.

Se reconoce como una dificultad en el desarrollo de la investigación, más no una limitación, el actual contexto de inmovilización en el territorio peruano, medida adoptada para evitar el contagio masivo del SARS-COVID-19. Por tanto, las entrevistas faltantes para el desarrollo de la investigación fueron realizadas vía telefónica.

Sin embargo, una clara limitación para el desarrollo de la misma es la falta de respuesta por parte del Gobierno Regional de Loreto (GOREL) en materia de información sobre el programa Techo Digno. En primer lugar, porque las solicitudes de información debían ser presentadas de manera presencial en mesa de partes del GOREL, lo que la situación sanitaria no permitía. Una vez que se dio la posibilidad de presentar las solicitudes de manera virtual, no se obtuvo respuesta por parte de la institución a pesar de los múltiples intentos de comunicación, tanto a través de las solicitudes como al correo de la persona encargada. Para compensar, se ha usado información de las memorias de gestión de los años 2012 y 2014, las únicas que se encontraron en otras plataformas. Así también en cifras brindadas por los medios de comunicación.

## 2 CAPÍTULO: ESCENARIO POLÍTICO DE LA REGIÓN

Como se mencionó en la introducción, el presente capítulo busca describir y analizar el escenario electoral de la región de los últimos dieciocho años con el objetivo de observar la dinámica entre las organizaciones sociales en la región. Así, se podrá observar también el desempeño electoral de Fuerza Loretana desde su primera participación en las elecciones regionales realizadas en 2002, hasta su última participación en 2014. Junto con ello se describirá la actividad y el desempeño electoral de otras organizaciones políticas, tanto movimientos como partidos. Este capítulo contiene además un análisis de las elecciones a nivel provincial, a manera de comprobar que el movimiento tenía la capacidad de posicionar listas en todas las provincias y además, ganar las alcaldías.

Fuerza Loretana podría ser considerado como un caso de éxito precisamente por su capacidad de ganar elecciones regionales, provinciales y distritales. Se parte del hecho que un movimiento fundado en 1992, y que ganó sus primeras elecciones provinciales en 1995, logró posicionarse como la fuerza política más importante de la región y mantenerse en esa posición hasta el 2014. Evidentemente, luego de tanto años ocurrió un desgaste natural de la maquinaria política que Fuerza Loretana representaba y las herramientas usadas fueron perdiendo peso ante el decaimiento de su imagen pública.

### 2.1 Elecciones regionales en Loreto

La presencia de los partidos nacionales con capacidad para presentar candidatos en la región de Loreto a inicios del milenio era mínima. Como se puede observar en la Tabla 1, solo Perú Posible, partido liderado por Alejandro Toledo se presentó sin apoyo de otras organizaciones políticas. Ello puede deberse al auge que el entonces candidato a la presidencia gozaba y a la coyuntura política general del país. Por otro lado, en representación de los partidos políticos se presentó Alianza Electoral Unidad Nacional, en la que se encontraban los partidos tradicionales como Partido Popular Cristiano (PPC), Solidaridad Nacional y el Partido de Centro Democrático. Resalta la nula

presencia de candidatos presentados por el Partido Aprista Peruano (APRA), una organización política con vasta historia en la región.

En general, para las elecciones regionales del año 2002, hubo una cantidad mínima de organizaciones políticas que lograron presentar candidatos al gobierno regional de Loreto. De las cinco organizaciones que lograron presentarse, tres fueron movimientos regionales encabezados por líderes locales con experiencia previa en política, lo que representaba una ventaja con respecto a los partidos nacionales. Contando con el apoyo de la mayoría de la población loretana, Unidos por Loreto (UNIPOL), logró convertirse en la primera fuerza electoral durante las ERM 2002, posicionando a su líder, Robinson Ribadeneyra como presidente regional. Ribadeneyra, quien ya tenía una trayectoria política en la provincia de Maynas, asumió su liderazgo luego de la renuncia de Elisbán Ochoa, quien luego formaría su propio movimiento con el que postularía en las siguientes elecciones regionales sin éxito.<sup>2</sup>

Tabla 1. Resultado final de las elecciones regionales 2002

ORGANIZACIÓN POLITICA	VOTOS OBTENIDOS	PORCENTAJE DE VOTOS
UNIPOL	103,084	36,51%
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE FUERZA LORETANA	90,145	31,92%
PERU POSIBLE	63,937	22,64%
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE NUEVA AMAZONIA	13,973	4,95%
ALIANZA ELECTORAL UNIDAD NACIONAL	11,241	3,98%
VOTOS EN BLANCO	15,992	
VOTOS NULOS	11,189	

Fuente: Infogob (2018). Elaboración propia

<sup>2</sup> Elisbán Ochoa es el actual gobernador regional de Loreto tras haber ganado el proceso electoral regional de 2018. A pesar de ser fundador y presidente de su propio movimiento regional, Ochoa presentó su candidatura por el partido nacional Restauración Nacional. Sin embargo, su plancha de consejeros regionales y la gran mayoría de candidatos y candidatas a las elecciones provinciales y municipales son militantes del movimiento que fundó, el movimiento regional Mi Loreto.

En 2002, Fuerza Loretana puso a prueba su enraizamiento en la región al participar en las elecciones regionales y, como lo demuestra la Tabla 1, demostró tener gran aceptación por parte de la población loreтана al mantener una brecha mínima frente al ganador, UNIPOL. Si bien Fuerza Loretana ya tenía diez años de fundación y había participado en procesos electorales a escala provincial, esta fue la oportunidad en la que demostró tener capacidad para movilizar a la población a un nivel mayor. En definitiva, a pesar de no haber ganado dichas elecciones, las estrategias impulsadas por el líder, Yván Vásquez, con el objetivo de conseguir el apoyo del electorado loreetano generó que el movimiento ganara visibilización y demostró que podía tener injerencia más allá de la provincia en la que había enfocado sus actividades, Maynas.

Como se verá más adelante, la presente investigación sostiene que la gran aceptación electoral en los inicios del movimiento en Maynas se debió principalmente al apoyo que UNIPOL y Ribadeneyra le brindaron a Fuerza Loretana e Yván Vásquez en los inicios de este movimiento regional. La capacidad organizativa y una base social de apoyo fueron claves, no solo para que Fuerza Loretana tenga éxito en Maynas, sino que también representó una ventaja por sobre otros movimientos regionales que estaban aprendiendo sobre la marcha durante las primeras elecciones regionales.

Sobre la capacidad de poder contar con listas de candidatos y candidatas a puestos en otros niveles de gobierno, Fuerza Loretana realizó un intento infructífero para ser la primera vez que se aventuraba en comicios regionales. En estas elecciones el movimiento logró ser considerado como una fuerza política capaz al lograr tener candidatos en la mayoría de municipios provinciales y distritales; sin embargo, no logró posicionar a ninguno de sus candidatos en alguna municipalidad provincial. Del total de 6 provincias que conforman la región, Fuerza Loretana no presentó lista alguna en las elecciones provinciales ni distritales en Alto Amazonas y Ucayali. Los votos obtenidos por el movimiento en las elecciones provinciales de Loreto, Maynas, Mariscal Ramón Castilla y Requena – provincias en las que sí presentaron listas provinciales y distritales – no fueron resultados impactantes en tanto no ganó ninguna en ellas. A pesar de ello, sí lograron posicionar regidores provinciales en Maynas y Requena.

Como se mencionó en el párrafo anterior, el desempeño de las listas provinciales y distritales del movimiento no fueron particularmente sobresalientes. Si bien el movimiento logró posicionar su logo y propuestas en buena parte de la región, solo consiguió ganar tres alcaldías distritales. La primera de ellas fue en Maynas, provincia en la que Vásquez había sido ya alcalde en 1998. Adicionalmente, se ganaron las alcaldías de Fernando de Lores y Las Amazonas en la misma provincia. Por su parte, en la provincia de Requena se consiguió la alcaldía del distrito con el mismo nombre, la ciudad de Requena.

Estos resultados dan a entender que el gran apoyo electoral hacia Fuerza Loretana en las elecciones de 2002 era en realidad apoyo a Yván Vásquez como candidato a presidente regional. La explicación para la afirmación es que si el apoyo se hubiese dado por el movimiento en sí – ya sea su propuesta política o su ideario – los votos en las elecciones provinciales y municipales hubieran sido mayores. Por el contrario, Fuerza Loretana tuvo mayor aceptación a nivel regional, en el que Vásquez, quien encabezó la iniciativa de visitar toda la región, se presentaba. Desde antes de estas elecciones, el personalismo que caracteriza a esta organización política era visible.

Los resultados obtenidos en las elecciones regionales de 2002 fueron definitivamente alentadores para Vásquez y el movimiento, pues la gran aceptación fue tomada como una oportunidad a explotar para el futuro. Explotando el potencial, para las elecciones regionales del año 2006, Fuerza Loretana se había consolidado como la organización política más importante de la región, superando de sobremano a otras organizaciones políticas que se presentaron en las elecciones celebradas en dicho año y ganando con el 40,98% de los votos emitidos.

Lo primero que resalta del proceso electoral de 2006 en la región es la presencia de partidos nacionales que no se habían presentado anteriormente. En específico, el porcentaje de votos obtenidos por el partido Restauración Nacional fue especialmente sorprendente considerando que el logo y sello del partido no tenía gran presencia en la región. Por su parte, la aparición del PPC y el partido aprista con listas propias fueron un cambio respecto al proceso electoral anterior.

Tabla 2. Resultado final de las elecciones regionales 2006

ORGANIZACIÓN POLITICA	VOTOS OBTENIDOS	PORCENTAJE DE VOTOS
FUERZA LORETANA	137,173	40,98%
RESTAURACION NACIONAL	83,273	24,88%
MOVIMIENTO POLITICO REGIONAL UNIPOL	32,661	9,76%
ACCION POPULAR	28,572	8,54%
FRENTE INDEPENDIENTE DE LORETO	13,809	4,13%
PARTIDO APRISTA PERUANO	13,292	3,97%
PARTIDO NACIONALISTA PERUANO	6,651	1,99%
UNION POR EL PERU	6,339	1,89%
FRENTE POPULAR AGRICOLA FIA DEL PERU - FREPAP	6,233	1,86%
MOVIMIENTO POLITICO REGIONAL INDEPENDIENTE MOTOR DEL DESARROLLO	5,003	1,50%
BLOQUE POPULAR AMAZONICO	1,750	0,52%
VOTOS EN BLANCO	12,489	
VOTOS NULOS	30,323	

Fuente: Infogob (2018). Elaboración propia

Como se puede apreciar en la Tabla 2, que señala los resultados finales de las Elecciones Regionales y Municipales de 2006, la oferta política aumentó de sobremanera respecto a las elecciones anteriores. En específico dos cambios son evidentes a primera vista. En primer lugar, el aumento de la cantidad de movimientos regionales. En segundo lugar, la presentación de listas por parte de los partidos políticos de manera independiente, es decir, sin ninguno alianza electoral de por medio.

En el primer caso, se puede apreciar el nacimiento del Bloque Popular Amazónico, un movimiento regional que se mantendría activo además en posteriores elecciones. Ese destino no compartiría con el Movimiento Político

Independiente Regional “Motor del Desarrollo”, pues este es uno de los primeros movimientos que serían creados con miras a competir en los procesos electorales pero que al fracasar se verían disueltos.

En el segundo caso, el aumento en la participación de los partidos nacionales se dio con la aparición del partido aprista peruano (APRA), Unión por el Perú y FREPAP. Este último obteniendo mucho mayor apoyo por parte de la provincia de Datem del Marañón. Por su parte, volvieron a participar Restauración Nacional, con un porcentaje de votos que le otorgó el segundo lugar. Así también participaron otros partidos tradicionales como el APRA y Acción Popular, sin recibir un gran apoyo en las urnas.

Así como se puede ver la gran aceptación de Yván Vásquez, candidato de Fuerza Loretana, para estas elecciones se puede observar la gran pérdida de votos que tuvo UNIPOL frente al 2002. El movimiento pasó de ganar el gobierno regional con más de 100,000 votos, a quedar en tercer puesto con 32,661 votos emitidos a su favor. Ello podría estar relacionado directamente con el decaimiento de la imagen pública de Ribadeneyra, quien se presentaba a la reelección, luego de cuestionamientos durante su gestión como presidente regional.

Sin duda, el proceso electoral regional de 2006 fue el inicio del auge de Fuerza Loretana en la política regional pues consiguió lo que toda organización busca, ganar las elecciones. Además, fue el momento en el que se vieron los frutos de la estrategia de Vásquez de recorrer toda la región como representante del movimiento que fundó y del ideario inicial que el movimiento buscaba establecer.

Luego de esa gestión, Yván Vásquez buscaría la reelección, nuevamente con Fuerza Loretana. Sin embargo, el apoyo electoral sería menor al año 2006. La Tabla 3, presentada a continuación, contiene los resultados finales de las ERM 2010, en ella se observará cómo los votos hacia Fuerza Loretana disminuyeron en al menos 9%. Aún así logró posicionarse como el candidato elegido por la población y consiguió un segundo periodo de mandato consecutivo.

Tabla 3. Resultado final de las elecciones regionales 2010

ORGANIZACIÓN POLITICA	VOTOS OBTENIDOS	PORCENTAJE DE VOTOS
FUERZA LORETANA	110,155	31.567%
MOVIMIENTO ESPERANZA REGION AMAZONICA	84,135	24.111%
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE LORETO - MI LORETO	45,962	13.171%
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE INTEGRACION LORETANA	42,879	12.288%
MOVIMIENTO POLITICO REGIONAL UNIPOL	19,113	5.477%
LORETO RESTAURADO	16,980	4.866%
ACCION POPULAR	15,312	4.388%
PARTIDO APRISTA PERUANO	8,148	2.335%
RESTAURACION NACIONAL	4,592	1.316%
FONAVISTAS DEL PERU	1,678	0.481%
VOTOS EN BLANCO	37,222	
VOTOS NULOS	42,583	

Fuente: Infogob (2018). Elaboración propia

Si en procesos electorales anteriores, los partidos políticos ya se encontraban rezagados, los resultados de las ERM 2010 en la región demuestran como la preferencia electoral recayó en los movimientos regionales. De las diez organizaciones políticas que se presentaron en esta ocasión, los seis primeros puestos los ocuparon los movimientos regionales, una situación que va de acorde a la media en el país para dichas elecciones. Para esos años, la situación de los movimientos regionales fue una gran sorpresa para los y las científicos sociales; por lo que la mayoría de producciones académicas en temas subnacionales giraban en torno a la gran incógnita sobre por qué fracasaron los partidos nacionales, solo luego fue esta pregunta reemplazada por qué tenían los movimientos que los llevó al éxito.

La situación fue tal que incluso Robinson Ribadeneyra, quien postulaba nuevamente por UNIPOL para el cargo de presidente regional, obtuvo un porcentaje de votos mayor que lo obtenido por partidos nacionales como Acción Popular, el APRA, Restauración Nacional y Fonavistas del Perú. Aunque se reconoce que tuvo ese porcentaje de aceptación fue mucho menor que en las elecciones anteriores.

Del mismo modo, en estas elecciones aparecen dos fuerzas regionales que han logrado posicionarse en primer lugar en el siguiente proceso electoral. El Movimiento Independiente Integración Loretana (MIL), fundado por Fernando Meléndez, y el Movimiento Independiente Loreto – Mi Loreto (Mi Loreto), fundado por Elisbán Ochoa. Ambos con un porcentaje de votos similar, el MIL lograría posicionarse en el primer lugar en 2014 en las elecciones regionales, brindando la oportunidad a Fernando Meléndez de gobernar la región, un primer paso para lo que después sería su carrera como congresista por Alianza Por el Progreso (APP).

El proceso electoral regional de 2014 representó el segundo intento de reelección de Vásquez– lo que sería el tercer periodo consecutivo – sin embargo, el entonces presidente regional perdió las elecciones por una diferencia de 13,2% frente a Fernando Meléndez, fundador y candidato del MIL y quien hubiese iniciado una campaña política atacando directamente la gestión de Vásquez. Ese porcentaje representa una caída de votos mucho mayor a la sufrida en el año 2010. Así, llega a su fin el éxito electoral a nivel regional que mantuvo el movimiento por dos periodos consecutivos y conllevó a que Mauricio Zavaleta (2014) lo conciba como un partido regional, un título que habría ya perdido dado su falta de participación en los comicios de 2018. Los motivos que explican el posible declive de votos serán considerados en el siguiente capítulo de la investigación.

Tabla 4. Resultado final de las elecciones regionales 2014

<b>ORGANIZACIÓN POLITICA</b>	<b>VOTOS OBTENIDOS</b>	<b>PORCENTAJE DE VOTOS</b>
MOVIMIENTO INTEGRACION LORETANA	164,210	41.282%
FUERZA LORETANA	111,562	28.046%
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE LORETO - MI LORETO	62,778	15.782%
MOVIMIENTO ESPERANZA REGION AMAZONICA	25,824	6.492%
ACCION POPULAR	23,686	5.955%
ALIANZA PARA EL PROGRESO	4,97	1.249%
MOVIMIENTO POLITICO REGIONAL UNIPOL	4,748	1.194%
VOTOS EN BLANCO	30,798	
VOTOS NULOS	41,841	

Fuente: Infogob. Elaboración propia

El líder de Mi Loreto, movimiento que había quedado en tercer lugar en las elecciones de 2014, Elisbán Ochoa, es el actual gobernador regional (2018-2022). Su candidatura se dio bajo el símbolo de la espiga, que representa a Restauración Nacional, un partido político nacional que ha estado activo en la región desde las elecciones regionales de 2002. Este es un excelente ejemplo de cómo los partidos nacionales aprovechan la imagen de los líderes regionales para obtener presencia en alguna región. Así también, los líderes hacen un balance de lo que es más conveniente para ellos.

De acuerdo a las declaraciones de la Entrevista 1, Aprovechando la situación de vulnerabilidad de Mi Loreto frente al JNE o, precisamente debido a esta situación, ocurre una alianza entre Restauración Nacional y este movimiento regional. El resultado de ella fue que todos los consejeros regionales – y la gran mayoría de alcaldes provinciales y distritales que ocupan su cargo actualmente por Restauración Nacional – son, de hecho, militantes de Mi Loreto,

incluyendo al actual gobernador regional. En ese sentido se puede afirmar que fue una alianza en extremo provechosa para ambos involucrados.

### 2.1.1 Análisis sobre los votos hacia Fuerza Loretana en las elecciones regionales

En esta sección se busca responder a la pregunta de dónde salen los votos hacia Fuerza Loretana. Se reconoce la existencia de distritos claves en todas las provincias por la cantidad de electores que existen, la cual ha ido variando en los últimos 20 años. Un gran ejemplo del cambio en la cantidad de electores se puede percibir en las elecciones de 2006. Para dicho año, la provincia de Ucayali contaba con 25,913 electores; esta cifra estuvo cerca a duplicarse en 2018, año en el que se consideró un padrón electoral de 42,434 ciudadanos y ciudadanas en la provincia. Ello implica que hubo un gran crecimiento poblacional no solo en la provincia de Ucayali, sino en la región en general.

Por otro lado, se debe considerar la existencia de distritos cuya población era la misma que la totalidad de habitantes en una provincia. Continuando con el ejemplo de las elecciones en 2006, el distrito de San Juan Bautista, ubicado en Maynas, tenía un padrón electoral igual al padrón electoral de la provincia de Ucayali. Mientras en dicha provincia la población electoral fue de 25, 913; San Juan Bautista – sin ser la capital de la provincia de Maynas – contó con la presencia de 32,337 electores en los comicios de 2006.

Poniéndolo de otra manera, si el objetivo es conseguir votos para ocupar el gobierno regional, asegurar el voto del distrito de San Juan Bautista representaba una inversión menor con una mayor ganancia. El gasto de realizar campañas en Ucayali, provincia a la que se puede acceder únicamente por lancha, era mucho mayor que realizar campañas en el distrito de San Juan Bautista, ubicado en Maynas. Además, la cantidad del electorado en este distrito superaba en gran cantidad al total de la provincia, por lo que de conseguir los votos allí, se trataría de una inversión exitosa.

La Tabla 5 representa los distritos electorales con mayor cantidad de población electoral en las provincias de la región para las elecciones regionales

de 2006; es decir, muestra los distritos claves de cada provincia. En la tabla, se detallan las organizaciones políticas que ganaron en dichos distritos junto con el total de votos y el porcentaje de votos obtenidos. Esta tabla, así como las siguientes en esta sección, permitirá ver la distribución de los votos entre organizaciones políticas y permitirá determinar además en qué zonas las agrupaciones han enfocado sus recursos.

Para la elaboración de la Tabla 5, así como de las siguientes tablas en esta sección, se tomó en consideración los distritos con mayor población electoral por provincia. La elección de iniciar esta sección con el proceso electoral de 2006 y no con el proceso de 2002 se vio condicionada por la información disponible de parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), en cuya web los datos desagregados solo se pudieron ubicar a partir del año 2006. Sin embargo, la intención de esta sección aún se mantiene, dado que estos datos brindarán luz sobre los votos otorgados a los candidatos a presidente regional desagregados por distritos.

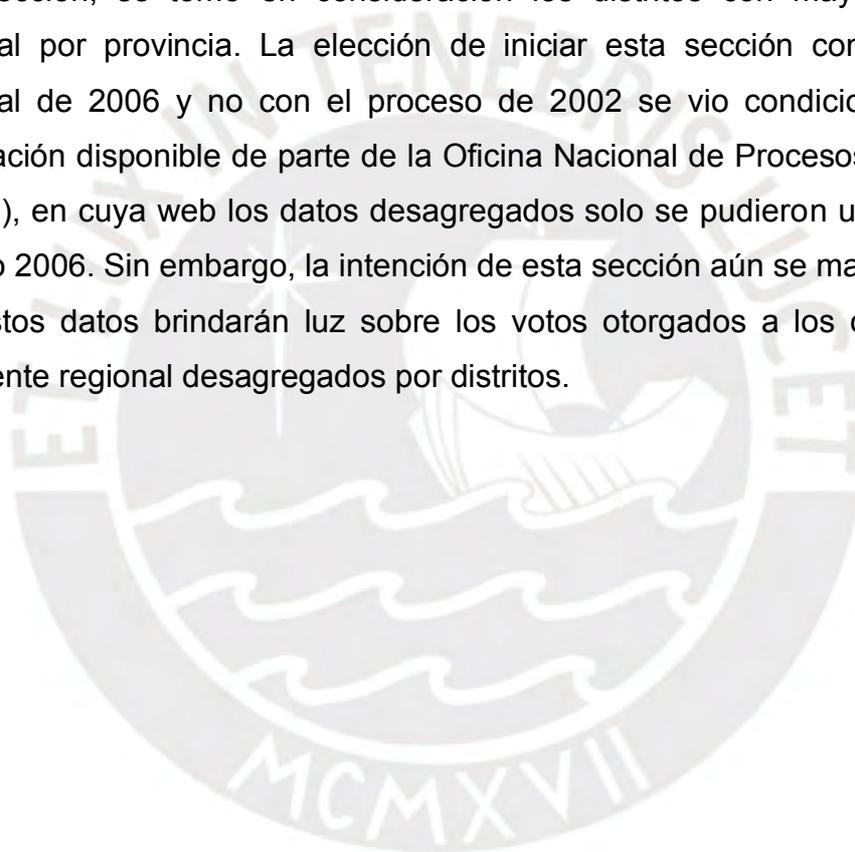


Tabla 5. Distribución de votos en los distritos con mayor población electoral en las ERM 2006

PROVINCIA	DISTRITO	ORGANIZACIÓN POLITICA	VOTOS	PORCENTAJE DE VOTOS
ALTO AMAZONAS	YURIMAGUAS	Fuerza Loretana	7,347	29.91%
DATEM DEL MARAÑON	BARRANCA	Restauración Nacional	1,262	38.24%
DATEM DEL MARAÑON	MANSERICHE	Restauración Nacional	1,009	37.80%
LORETO	NAUTA	Fuerza Loretana	5,854	56.52%
LORETO	PARINARI	Fuerza Loretana	1,047	40.73%
MARISCAL RAMON CASTILLA	MARISCAL RAMON CASTILLA	Fuerza Loretana	2,623	46.88%
MARISCAL RAMON CASTILLA	PEBAS	Acción Popular	1,497	30.91%
MAYNAS	IQUITOS	Fuerza Loretana	42,559	44.74%
MAYNAS	SAN JUAN BAUTISTA	Fuerza Loretana	12,989	44.43%
MAYNAS	PUNCHANA	Fuerza Loretana	14,988	44.15%
REQUENA	REQUENA	Fuerza Loretana	4,649	50.43%
REQUENA	MAQUIA	Fuerza Loretana	1,017	40.72%
UCAYALI	CONTAMANA	Fuerza Loretana	3,329	44.38%
UCAYALI	VARGAS GUERRA	Fuerza Loretana	1,586	46.06%

Fuente: Infogob (2018). Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 5, Yván Vásquez consiguió ganar en la gran mayoría de los distritos claves para las elecciones de 2006. Del total de 50 distritos que existían en la región en ese momento, 32 de ellas le otorgaron el voto a Vásquez y, consecuentemente, a Fuerza Loretana. Por otro lado, UNIPOL, cuyo candidato era Robinson Ribadeneyra, consiguió ganar en 3 distritos, mientras que los 15 restantes fueron para partidos políticos como el APRA, Unión por el Perú, Acción Popular y, especialmente, para Restauración Nacional.

En general, la provincia de Maynas y sus distritos son claves porque la población se concentra allí, siendo el distrito de Iquitos el más poblado de la región. Así también, son las capitales de todas las provincias, las que ostentan una mayor población electoral, por lo que, desde un punto de vista estratégico, es necesario para toda organización política asegurar votos allí.

La situación responde a los esfuerzos de Vásquez durante los primeros años del 2000 para asegurar que Fuerza Loretana fuera conocida en toda la región. Así también juega a favor la desfavorecida imagen de Ribadeneyra y su gestión en el gobierno regional. Estrategias propias como la visita a comunidades históricamente olvidadas por su lejanía, así como el acercamiento a las juventudes y otras, serán tratadas en el capítulo posterior.

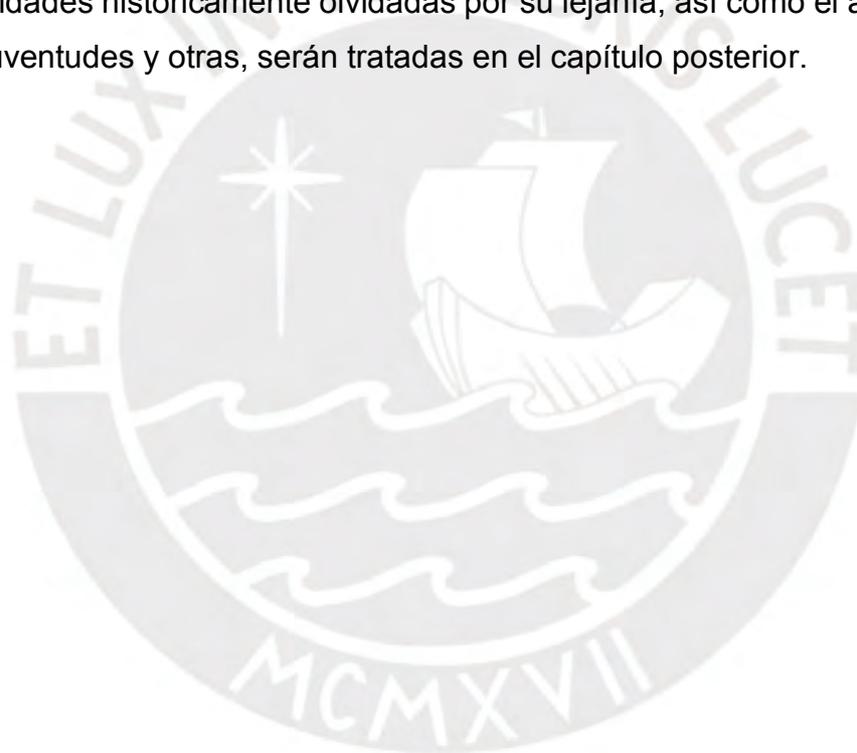


Tabla 6. Distribución de votos en los distritos con mayor población electoral en las ERM 2010

PROVINCIA	DISTRITO	ORGANIZACIÓN POLITICA	VOTOS	PORCENTAJE DE VOTOS
ALTO AMAZONAS	LAGUNAS	Movimiento Independiente Loreto - Mi Loreto	1,398	28,90%
ALTO AMAZONAS	YURIMAGUAS	Movimiento Independiente Loreto - Mi Loreto	7,131	28,48%
DATEM DEL MARAÑON	BARRANCA	MIL	1,351	33,06%
DATEM DEL MARAÑON	MANSERICHE	Movimiento Esperanza Región Amazónica	777	28,75%
LORETO	NAUTA	Fuerza Loretana	1,887	18,66%
LORETO	URARINAS	Fuerza Loretana	1,447	37,78%
MARISCAL RAMON CASTILLA	MARISCAL RAMON CASTILLA	Fuerza Loretana	1,909	35,33%
MARISCAL RAMON CASTILLA	PEBAS	Fuerza Loretana	1,272	32,50%
MAYNAS	IQUITOS	Movimiento Esperanza Región Amazónica	31,563	35,99%
MAYNAS	PUNCHANA	Fuerza Loretana	13,526	36,45%
MAYNAS	SAN JUAN BAUTISTA	Fuerza Loretana	11,389	33,08%
REQUENA	REQUENA	Fuerza Loretana	3,278	32,74%
REQUENA	MAQUIA	Movimiento Independiente Loreto - Mi Loreto	808	29,13%
UCAYALI	CONTAMANA	Movimiento Independiente Loreto - Mi Loreto	2,137	24,88%
UCAYALI	VARGAS GUERRA	Fuerza Loretana	1,556	40,66%

Fuente: Infogob. Elaboración propia

A primera vista, la Tabla 6 nos permite apreciar que Fuerza Loretana perdió el primer lugar en la gran mayoría de distritos claves en los que sí había conseguido ser la primera fuerza política durante las elecciones anteriores. Ello no significa que no consiguiera votos de parte de la población de dichos distritos, sino que otra organización política consiguió más votos que ellos. Así, por ejemplo, en Iquitos pasó de tener más de 40,000 votos en 2006 a tener menos de 31,000 para el proceso de 2010, cantidad aproximada que obtuvo el ganador, el Movimiento Esperanza Región Amazónica. Sin embargo, sí logró mantener la mayoría de votos en otros distritos claves en la provincia de Maynas como San Juan Bautista y Punchana.

A pesar de la reducción de votos de manera general, durante las elecciones regionales de 2010 Fuerza Loretana consiguió ganar en 30 de los 52 distritos electorales. Las provincias en la que no quedó como la fuerza política con mayores votos fueron Datem del Marañón, Alto Amazonas y Ucayali; sin embargo, en la mayoría de distritos en los que no ganaron de estas provincias, quedaron en segundo lugar, demostrando que aún tenían el favor de una parte de la población.

Tabla 7. Distribución de votos en los distritos con mayor población electoral en las ERM 2014

PROVINCIA	DISTRITO	ORGANIZACIÓN POLÍTICA	VOTOS	PORCENTAJE DE VOTOS
ALTO AMAZONAS	YURIMAGUAS	Movimiento Integración Loretana	12,886	41.82%
ALTO AMAZONAS	LAGUNAS	Movimiento Integración Loretana	1,600	28.93%
DATEM DEL MARAÑÓN	BARRANCA	Movimiento Integración Loretana	2,348	46.76%
DATEM DEL MARAÑÓN	MANSERICHE	Fuerza Loretana	629	27.50%
LORETO	NAUTA	Movimiento Integración Loretana	5,770	48.68%
LORETO	URARINAS	Movimiento Integración Loretana	1,957	43.86%
MAYNAS	IQUITOS	Movimiento Integración Loretana	41,38	47.06%
MAYNAS	PUNCHANA	Movimiento Integración Loretana	18,275	44.33%
MAYNAS	SAN JUAN BAUTISTA	Movimiento Integración Loretana	24,64	52.37%
REQUENA	REQUENA	Movimiento Integración Loretana	3,968	36.31%
REQUENA	MAQUIA	Movimiento Integración Loretana	1,166	41.45%
UCAYALI	CONTAMANA	Movimiento Integración Loretana	2,992	30.61%
UCAYALI	SARAYACU	Fuerza Loretana	1,829	34.88%

Fuente: Infogob (2018) Elaboración propia

Para las elecciones de 2014 el escenario cambió completamente. Los distritos clave fueron obtenidos en su gran mayoría por el Movimiento Integración Loretana (MIL), representado por Fernando Meléndez, dejando solo un par para Vásquez y Fuerza Loretana. A diferencia de las elecciones anteriores, en las que

la principal fuerza política por distrito estaba dividida entre partidos nacionales y movimientos regionales, en esta ocasión el escenario del 2006 se repite, pero esta vez a favor del MIL.

Del total de distritos, el MIL ganó la mayor cantidad de votos en 26 de ellos; mientras que Fuerza Loretana estuvo en primer lugar en 16 y Acción Popular consiguió la mayoría de votos en dos de los distritos. En la mayoría de los distritos ganados por el MIL, Fuerza Loretana se ubicó como la segunda organización política con mayor cantidad de votos. La clara excepción fueron los distritos de Datem del Marañón y Alto Amazonas, en lo que los votos a favor de Vásquez para gobernador regional fueron muy bajos.

A pesar de haber obtenido una cantidad total de votos muy cercana al proceso electoral de 2010, Vásquez oficialmente perdió ante Meléndez en 2014. La diferencia en los votos de los distritos claves tuvieron un gran impacto en la suma total de votos a nivel regional; por lo que podemos afirmar que es en estos distritos en lo que se debe asegurar la intención de voto. Ello sin dejar de lado la enorme importancia que otros distritos tienen en la suma total de votos. Sin embargo, enfocándose únicamente en el costo-beneficio de las campañas, resulta solo natural que se busque el mayor beneficio con el menor costo, que es acercarse a los distritos electorales con mayor población electoral y que estén más cercanos a la capital.

Esta sección estuvo dedicada a entender los votos otorgados por la población para el cargo de presidente regional. La información utilizada tenía el formato desagregado de voto por distrito, por lo que se podría entender la importancia de ganar el favor de los distritos con mayor población electoral y cuánto pesaba ello en la suma total de votos a nivel regional. Se ha observado que, efectivamente los distritos con mayor población electoral juegan un rol primordial en el total de votos obtenidos. Así también este ejercicio ha sido interesante pues se ha visto cómo la cantidad de población electoral ha ido aumentando en cada proceso electoral.

## 2.1.2 Análisis sobre los votos hacia Fuerza Loretana en las elecciones provinciales

Tabla 8. Resultados electorales provinciales 2002-2018

PROVINCIA	2002	2006	2010	2014	2018
ALTO AMAZONAS	ACCION POPULAR* 33,44%	FUERZA LORETANA 27,44%	MOVIMIENTO INDEPENDIENTE LORETO - MI LORETO 37,40%	ACCION POPULAR 24,38%	RESTAURACION NACIONAL 25,14%
DATEM DEL MARAÑÓN <sup>3</sup>		UNION POR EL PERU 22,57%	MOVIMIENTO INDEPENDIENTE E INTEGRACION LORETANA 26,06%	MOVIMIENTO INTEGRACION LORETANA 19,35%	RESTAURACION NACIONAL 19,54%
LORETO	LA ESPIGA DEL ARROZ 19,21%	ALIANZA PARA EL PROGRESO 29,13%	MOVIMIENTO INDEPENDIENTE LORETO - MI LORETO 23,28%	MOVIMIENTO INTEGRACION LORETANA 27,10%	RESTAURACION NACIONAL 26,72%
MARISCAL RAMON CASTILLA	FREPAP 34,53%	FRENTE POPULAR AGRICOLA FIA DEL PERU - FREPAP 30,08%	FUERZA LORETANA 53,28%	FUERZA LORETANA 34,88%	FREPAP 30,45%
MAYNAS	APRA 28,38%	MOVIMIENTO INDEPENDIENTE REGIONAL VAMOS LORETO 24,39%	MOVIMIENTO INDEPENDIENTE E INTEGRACION LORETANA 28,82%	MOVIMIENTO INTEGRACION LORETANA 40,22%	ESPERANZA REGION AMAZONICA 32,98%
REQUENA	UNIPOL 23,88%	MOVIMIENTO INDEPENDIENTE LORETO - MI LORETO 39,67%	FUERZA LORETANA 33,29%	FUERZA LORETANA 33,81%	RESTAURACION NACIONAL 26,72%
UCAYALI	UNIPOL* 33,31%	FUERZA LORETANA 37,77%	MOVIMIENTO INDEPENDIENTE LORETO - MI LORETO 30,64%	FUERZA LORETANA 30,81%	RESTAURACION NACIONAL 28,16%
PUTUMAYO <sup>4</sup>					ESPERANZA REGION AMAZONICA 23,67%

Fuente: Infogob (2018) Elaboración propia

\*Provincia en la que Fuerza Loretana no presentó lista de candidatos

<sup>3</sup> La provincia de Datem del Marañón fue fundada el 2 de agosto de 2005 por Ley 28593, Ley de creación y organización territorial de la provincia de Datem del Marañón en el departamento de Loreto, conformada por los distritos de Barranca, Cahuapanas, Manseriche, Morona, Pastaza y Andoas.

<sup>4</sup> La provincia de Putumayo fue creada en 2014 por Ley 30186. La provincia está conformada por los distritos de Putumayo, Teniente Manuel clavero, Rosa Panduro y Yaguas.

La Tabla 8 representa la organización política ganadora en cada provincia en las elecciones provinciales de 2002 a 2018. En ella se puede observar cómo en 2014 Fuerza Loretana logra posicionar listas para los gobiernos provinciales de 4 de 6 provincias. Así también, se aprecia que era poco común que la misma organización gane de manera continua en la provincia. Esta situación solo la consiguió Fuerza Loretana en los casos señalados de color verde en la tabla y el Movimiento Integración Loretana (MIL) en Loreto y Maynas en 2010 y 2014.

Haciendo una relación con las elecciones regionales de 2010 y 2014, Fuerza Loretana consigue ganar en un mayor número de provincias en 2014 que en 2010, a pesar de no haber ganado las elecciones regionales dicho año. Sin embargo, el MIL logra posicionar la misma cantidad de alcaldes provinciales. Cabría preguntarse cómo se articulaban las gestiones en los diferentes niveles de gobierno regional. El motivo de ello puede originarse tanto en la gestión del Gobierno Regional de Loreto (GOREL); en el sentido en que es incapaz de priorizar proyectos de inversión o la priorización de determinadas agendas sobre otras (Arévalo y Sosa 2015: 135).

En las elecciones municipales, ya sea para el gobierno provincial como el distrital, la estrategia con mayor efectividad son las alianzas con los líderes locales con buena imagen pública. En la sección anterior se vio cómo Vásquez, como candidato al gobierno regional, gozaba de gran aceptación por parte de la población de Maynas. Sin embargo, cuando ponemos a Fuerza Loretana como movimiento – y no a Vásquez como candidato – vemos que los votos en la provincia de Maynas, disminuyen a tal punto que nunca se volvió a posicionar como organización política ganadora de esa alcaldía provincial en particular.

Así también, la situación mencionada en párrafos anteriores, en la que no es un escenario común que la misma organización gane continuamente la alcaldía provincial puede deberse a que el voto se otorga más por el candidato o candidata que por la organización política por la que está postulando. Así se mantiene el personalismo de las candidaturas y ese es el poder del que gozan los líderes locales. Los movimientos regionales entienden que el voto, más allá que por ellos como organización, son para las personas que se están presentando con ellos.

## 2.2 Análisis sobre la volatilidad partidaria, nivel de regionalización y cohesión partidaria de Fuerza Loretana

Para medir la volatilidad partidaria, Seifert propone hacer alusión a la cantidad de partidos que postulan en procesos electores durante un periodo de tiempo; a mayor variación de la cantidad o el tipo de oferta política en los procesos electorales, mayor será la volatilidad, si, por el contrario, postularan de manera continua las mismas agrupaciones, la volatilidad puede ser considerada baja (2014, p. 45). La volatilidad partidaria no hace referencia únicamente a la cantidad de agrupaciones que participan en los comicios, sino que también se enfoca en si las organizaciones que postulan lo hacen de manera constante.

En base a ello, podemos observar en el Anexo 2 la cantidad de organizaciones políticas que han participado en las elecciones regionales de Loreto desde el año 2002 hasta el 2018. Loreto, de acuerdo a Zavaleta (2014), podía ser considerado para el año 2014 como una región con volatilidad baja, pues tanto la cantidad de organizaciones que conformaban la oferta política se mantenían relativamente estable. Ello implica que la competencia en las elecciones regionales era reducida; lo que conllevaba a la necesidad de campañas mucho más desarrolladas.

Se puede concluir entonces que Fuerza Loretana tiene una volatilidad partidaria media en cuanto a las elecciones regionales se refiere; ya que su participación, desde 2002, es continua y además, con resultados relativamente altos por más de una campaña electoral. Incluso si en 2014 no logró ganar las regionales, el Consejo Regional estuvo a cargo de Fuerza Loretana, con mayoría simple de regidores (6 de 11).

Por su parte, el nivel de regionalización mide, como señala Zavaleta, "la capacidad de las organizaciones políticas para postular candidatos en las municipalidades provinciales de la región" (2014, p.166). De acuerdo a la metodología del autor, toda organización que se ubique en una región con más de cinco regiones, debe lograr postular a más de 50% de las provincias de la región Para las regiones con cinco o menos regiones, el porcentaje es de 75%

para que se considere a la organización como alta en el nivel de regionalización, caso contrario, solo tendría una regionalización baja.

En cuanto a las listas para las alcaldías provinciales<sup>5</sup>, Fuerza Loretana demostró ser consistente en la presentación de candidatos hasta el proceso electoral de 2018, en el que decidió no presentarse a las elecciones regionales, provinciales o distritales. Curiosamente, en 2014, año en el que Vásquez pierde la segunda reelección para el gobierno regional, Fuerza Loretana consigue ganar en un mayor número de provincias que en 2010. Así, hasta el proceso electoral de 2014, el conseguir presentar de manera consistente listas de candidatos y candidatas a las alcaldías provinciales y distritales era una característica más que sumaba para considerar a Fuerza Loretana como un partido regional. Sin embargo, el hecho de no haber participado del proceso electoral de 2018 definitivamente lo retira de dicha categoría.

Sobre el segundo indicador, cohesión partidaria<sup>6</sup>, se encuentra que los líderes del movimiento regional, como Yván Vásquez y otros candidatos provinciales, mantienen la lealtad partidaria asumiendo sus cargos o postulando bajo en nombre de Fuerza Loretana tanto en la campaña de 2006 como la de 2010. Es así que, para las elecciones de 2010, se puede considerar que el movimiento regional mantiene una cohesión partidaria alta. En los hallazgos del siguiente capítulo se hará énfasis en el proceso de selección de candidatos y la particularidad de Fuerza Loretana al presentar candidatos que decidían participar como militantes incluso cuando la campaña electoral finalizaba.

---

<sup>5</sup> La región de Loreto cuenta actualmente con 8 provincias, 2 de ellas fueron creadas en los últimos 16 años. Maynas, Alto Amazonas, Loreto, Mariscal Ramón Castilla, Requena, Ucayali, Datem del Marañón y Putumayo. La provincia de Datem del Marañón fue creada en el año 2005; mientras que Putumayo, en 2014. Las elecciones en la provincia de Putumayo, tanto para autoridades provinciales como distritales, se realizaron en 2015.

<sup>6</sup> Se tiene un nivel de cohesión alta cuando el porcentaje de candidatos con experiencia política dentro de la organización alcanza o supera el 50% de los candidatos. Por el contrario, es nivel bajo cuando se alcanza la misma cantidad, pero de candidatos sin experiencia dentro del partido.

### 3 CAPÍTULO: CONSTRUCCIÓN E INICIOS DEL MOVIMIENTO REGIONAL FUERZA LORETANA

El tercer capítulo de la investigación apunta a discutir los factores que llevaron al éxito electoral de Fuerza Loretana. El objetivo es analizar la historia de Fuerza Loretana para encontrar alguna variable atípica entre el resto de movimientos de la región, un factor que podría explicar cómo el movimiento logró sobresalir tan rápidamente en las urnas. Se toma como hipótesis principal que las alianzas estratégicas fueron el factor clave por el cual el movimiento consiguió comenzar la carrera política con ventaja; pues el apoyo de una base social ya organizada era un elemento con el que muchas otras organizaciones políticas, especialmente movimientos regionales, no contaban y que demoraron en construir en la región.

El movimiento regional Fuerza Loretana fue fundado de manera oficial en el año 1992 por el empresario Yván Vásquez, luego de haber formado parte del Movimiento Regionalista Loreto fundado en 1980 por el abogado y ex alcalde de la Municipalidad de Maynas (1972-1975) Jorge Luis Donayre Lozano<sup>7</sup>. De acuerdo a Grompone y Wiener, el Movimiento Regionalista Loreto, constituida principalmente por abogados y otros profesionales, tenía como doctrina al social progresismo y fue, en su momento, la única agrupación política cuya prioridad era la reivindicación de la región; logrando con ello obtener aprobación de la población (2006, p. 39).

Con el Movimiento Regionalista Loreto postuló al cargo de diputado en las elecciones generales de 1990; sin embargo no logró alcanzar un curul. La primera elección a nivel regional de Fuerza Loretana, ya teniendo como candidato predilecto a Vásquez, fue en el año 1995. La postulación se realizó hacia la alcaldía de la provincia de Maynas, perdiendo en esta primera ocasión. Sin embargo, el segundo intento por conseguir la alcaldía de Maynas resultó

---

<sup>7</sup> Jorge Luis Donayre Lozano es un político de la región de Loreto. Fue alcalde de la Municipalidad de Maynas entre 1971 y 1975, diputado en 1980 por el Movimiento Regionalista Loreto, congresista constituyente en 1992, congresista por Unión por el Perú en 1995 y candidato a Gobernador Regional en el año 2006 por Frente Independiente Loreto.

fructífero y llevó a Vásquez a su primer cargo político con 46,39% de votos a su favor, siendo así el primer triunfo de Fuerza Loretana.

La presente investigación sostiene que el rápido éxito de Vásquez y el recién fundado Fuerza Loretana recae en que el movimiento regional no comenzó desde cero como muchos otros; sino que desde sus inicios tuvo el apoyo de Robinson Ribadeneyra, quien fue nombrado nexos entre Unidos Por Loreto (UNIPOL) y Fuerza Loretana. De acuerdo a Grompone y Wiener, el apoyo brindado por UNIPOL se hizo evidente en las elecciones de 1998; ya que proveyó al líder de Fuerza Loretana del capital administrativo de su propio movimiento (2006, p. 36). Esta alianza, que inició poco antes de las elecciones de 1995, sumado a la experiencia previa de Vásquez en el Movimiento Regionalista Loreto, son claves para establecer los mecanismos de organización interna que formaron los cimientos del movimiento y conseguir el apoyo de la población, elementos claves para el éxito electoral del movimiento.

### 3.1 Alianzas estratégicas

La primera alianza estratégica clave para el posterior desempeño de Fuerza Loretana en el escenario político de la región de Loreto fue con UNIPOL, movimiento que tiene sus orígenes en la crisis de la izquierda de la región. Así, los fragmentos de la izquierda en la provincia de Maynas logran unirse en un solo movimiento, UNIPOL, en cuya formación participó Elisbán Ochoa, quien fundó años más tarde el Movimiento Independiente Mi Loreto y quien lograrse posicionarse como gobernador regional de Loreto para el periodo 2018-2022 bajo el sello del partido político nacional Restauración Nacional.

Entre las filas de fundadores de UNIPOL se encuentra Robinson Ribadeneyra, una figura empresarial y política controversial en la región. Su labor política estaba más centrada a ser un “aparato” quien, lejos de ser una figura pública, se enfocaba en la organización de las agrupaciones. Esta habilidad fue una de las mejores ganancias para Fuerza Loretana, pues consiguió contar con su experiencia para su organización.

Adicionalmente, para la fecha de creación de Fuerza Loretana, UNIPOL era ya un movimiento reconocido que gozaba del apoyo de parte de la izquierda de la región y que tenía bases fuertes en la provincia de Maynas. Como se vió en el capítulo anterior, Maynas, como la provincia más poblada de la región, es un territorio clave para las elecciones regionales. El apoyo no solo de parte del movimiento en sí, sino también de una de sus figuras más resaltantes como lo era Ribadeneyra, hacia Vásquez, consolidó su imagen como un candidato serio y comprometido con la provincia. Como consecuencia de establecer una imagen positiva del fundador del movimiento, Fuerza Loretana también consolidó su marca y consiguió mayor legitimidad por parte de la población.

Posteriormente, Ribadeneyra se convirtió en el asesor personal de Vásquez durante su etapa como alcalde de Maynas entre 1998 y 2002. Este hecho, que podría considerarse como un acto de confianza mutua, hizo que una cantidad importante de militantes de UNIPOL pasara a formar parte de la militancia de Fuerza Loretana. De acuerdo con Grompone y Wiener, Fuerza Loretana consiguió presentar como candidatos a las alcaldías distritales de la provincia de Maynas a ex militantes de UNIPOL que ya contaban con una base de seguidores; por lo que lograron asegurar algunos de los distritos (2006, p. 37). Esta práctica es común puesto que logra asegurar votos por parte de la población hacia la organización política que realiza las invitaciones a diferentes líderes de comunidades, entre otros.

Mauricio Zavaleta señala que, “aunque contar con el soporte de una red social preestablecida constituye un recurso organizativo inicial importante, más aún en regiones donde los electores están dispersos e inconexos, esta no necesariamente constituye el germen de una organización política” (2014, p.113). En efecto, en el caso de Fuerza Loretana “el germen” ya existía y fue plantado por Yván Vásquez en 1992 al fundar la mencionada organización política; sin embargo, es innegable que el apoyo de la red social preestablecida por UNIPOL, en conjunto con las habilidades organizativas de Robinson Ribadeneyra, proveyó a Fuerza Loretana para su desarrollo y enraizamiento en el territorio. Dicho apoyo, junto con la capacidad y pragmatismo de Yván Vásquez para mantener su liderazgo fue clave para los primeros años de vida

de Fuerza Loretana. Ello se evidencia en los resultados positivos que obtuvo Vásquez en su segunda experiencia como candidato en Maynas. Así, no solo se contó con recursos logísticos que UNIPOL ofreció a Vásquez y a Fuerza Loretana, sino que también el liderazgo fuerte de Vásquez, logró aumentar las bases de apoyo hacia el movimiento.

Una segunda alianza estratégica para Vásquez tuvo lugar durante la época de la transición a la democracia, a inicios de los años 2000. A comparación de la anterior, que estaba más enfocada en personajes políticos de la región y movimientos regionales, esta alianza se realizó con un partido nacional, Perú Posible. Existen dos claras motivaciones para formar alianzas con el partido liderado por el ex presidente Alejandro Toledo. En primer lugar, desligar totalmente la figura de Vásquez de acusaciones que lo relacionaban con el entonces presidente Alberto Fujimori. En segundo lugar, se buscaba conseguir el apoyo de quien fuese representante del gobierno nacional para cumplir con los objetivos e ideario que el movimiento se había planteado.

De acuerdo a Grompone y Wiener, Fuerza Loretana no necesitaba realmente de los partidos que lideraban Fujimori y Toledo; sin embargo, ellos sí necesitaban del movimiento ya que representaban un porcentaje de votos importante para ganar las elecciones a nivel nacional (2006, p.42). Al ser un movimiento regional, Fuerza Loretana podía proyectarse a tener incidencia en la región y la presencia de Cambio 90 y Perú Posible en la región de Loreto podía no resultar atractivo en términos electorales para Vásquez. Por otro lado, Perú Posible a inicios del milenio sí necesitaba del apoyo de la mayor cantidad de la población peruana que pudiera obtener para salir victorioso en las elecciones generales de 2002.

Las acusaciones hacia Vásquez por su supuesto vínculo con Fujimori comenzaron en la campaña electoral por la alcaldía de Maynas en 1998, acusando a Vásquez de tener una campaña financiada por el entonces presidente. Este hecho surgió luego de las graves denuncias públicas en contra del régimen de Fujimori y el decaimiento de la opinión pública sobre su figura como presidente de la nación. Hablar de una posible relación entre Vásquez y Fujimori se traducía en un daño en su imagen pública que podría causar daños

no solo a corto plazo (para las elecciones de 1998) sino a largo plazo en su futura carrera política. Si bien estas acusaciones no afectaron de sobremanera los resultados finales de las elecciones en 1998, se convirtió en un discurso recurrente entre los medios de comunicación y un arma por parte de sus opositores con el objetivo de dañar su imagen pública.

La acusación perduró hasta inicios de los años 2000, cuando Yván Vásquez y Robinson Ribadeneyra tomaron la decisión de apoyar al entonces candidato a la presidencia del Perú, Alejandro Toledo. El apoyo brindado hacia Toledo fue de carácter logístico; pues estaba más enfocado en el capital administrativo que el movimiento podría brindarle al candidato. Así, se organizaba a la militancia de Fuerza Loretana para asistir al mitin que Perú Posible organizó en febrero del año 2000 para Toledo. Por su parte, Ribadeneyra postularía al congreso con Perú Posible para las elecciones de 2000.

“Esa alianza con Alejandro Toledo que comprometía ciertos factores que están ligados a nuestro ideal, como el tema de la descentralización, como el tema de inversión en las zonas rurales, tratándose de sus orígenes humildes, veíamos en él la esperanza de que concentre su esfuerzo en las zonas marginadas. Pero hubo un problema durante el proceso electoral. Cuando él vino la primera vez aquí y le catapultamos a una posición, digamos, electoral muy alta, ¿no? Cuando vino aquí prácticamente lo recibieron mejor que al Papa y teníamos a Fuerza Loretana a todo dar trabajando para él”. Entrevista a Yván Vásquez, 2020

La alianza resultó fructífera en términos electorales para ambas partes en tanto Toledo ganó el voto de la mayoría de la población loretana durante las elecciones presidenciales, obteniendo el voto de la mayoría de la población loretana. Por su parte, Ribadeneyra consiguió ganar un curul en el congreso como representante de Loreto con el partido Perú Posible mientras aún mantenía una relación cercana con Vásquez y Fuerza Loretana. Un representante más de Loreto en el congreso fue Antonio Palomo, quien fue regidor provincial de Maynas por Fuerza Loretana en 1998. El problema con este último fue que dejó las filas de Perú Posible para formar parte del partido fujimorista, poniendo en duda una vez más la relación entre Vásquez y Fujimori.

Sin embargo, hubo un hecho que terminó con la relación que Toledo mantenía con Vásquez y, consecuentemente, la alianza entre Perú Posible y Fuerza Loretana. En una declaración pública, Alejandro Toledo desconoció toda alianza que pudo formar durante la campaña electoral llevada a cabo en 2001. Entre ellas se podía incluir a Fuerza Loretana y al propio Vásquez, quien considera que ese fue el punto de quiebre en la relación que mantuvo con Toledo.

“... él vino y en la primera venida que tuvo, nos presentó y dijo que nuestra alianza con Fuerza Loretana es una sola [...] Cuando anuncian que va a la segunda vuelta él, él sale a nivel nacional a decir que no tiene alianza con nadie. Entonces, ¿qué sensación generó? Pues lógico una sensación de decepción en quienes se consideraban aliados de él. Al decir, ya no soy tu aliado, ahora tu gente es mi gente. Entonces, para mí, desde el punto de vista electoral, era casi imposible lograr que la población a la que yo mismo había convencido de que vaya con él, se retraiga y diga que no vamos porque dice que no tiene alianza y nos está traicionando, él nos traicionó.” Entrevista a Yván Vásquez, 2020

El resurgimiento de las acusaciones de vínculos entre Vásquez y Fujimori podrían ser la causa por la que Toledo negó una alianza con Fuerza Loretana. Como fuese, la desvinculación de ambos dio pie a que no existan más negociaciones con Perú Posible para las elecciones de 2001, Ribadeneyra no volvería a postular como congresista por la lista de Perú Posible. Empero, lejos de abandonar las alianzas con partidos nacionales, Fuerza Loretana se alía con UPP y Elisbán Ochoa y Robinson Ribadeneyra postulan al congreso bajo ese sello sin éxito.

Los intentos de Vásquez por formar parte del gobierno nacional podrían calificarse de alianzas estratégicas pues para lograr tal fin debía establecer relaciones con partidos a nivel nacional y los políticos que los representan. En primer lugar, se tiene la candidatura de Vásquez a las elecciones generales de 2006 como candidato a la segunda vicepresidencia del Perú con Fuerza Democrática, alianza que tenía a la cabeza a Alberto Borea como candidato a la presidencia. En esta ocasión, la movilización de la militancia de Fuerza Loretana no fue suficiente. Finalmente, la plancha presidencial de Fuerza Democrática

obtuvo únicamente 0,16% de votos a nivel nacional; mientras su lista al congreso obtuvo el sexto puesto en la región con 11,51% de votos.

Por otro lado, Vásquez intentaría llegar al congreso de la república en el año 2016 con Alianza Popular, una alianza entre los partidos nacionales APRA y PPC. La aprobación de la lista congresal les otorgó el tercer lugar con 11,35% de votos por parte de la población loreta. La decisión de incluir a Vásquez a la lista del congreso fue cuestionada por los medios de comunicación debido a las denuncias públicas que el entonces ex gobernador regional enfrentaba por la supuesta malversación de fondos en la obra de alcantarillado público.

Con la información presentada se puede comprobar una de las afirmaciones realizadas por Grompone y Wiener, quienes señalaban en 2006 que “para Vásquez es claro que el crecimiento de su grupo debe darse en dos planos: uno a largo plazo para convertirse en un movimiento nacional, y otro que implique la participación en el nivel regional con el objetivo de fortalecer su propuesta” (p.42). Así, las alianzas políticas, con otros movimientos regionales, pero especialmente con partidos políticos de corte nacional son una muestra del interés por arraigarse en el sistema político nacional.

En definitiva, la alianza con UNIPOL y una de sus figuras más prominentes, Ribadeneyra, fue clave para los inicios del movimiento; pues le brindó las herramientas logísticas necesarias para que no comience desde cero. Los logros no solo se reducen al fortalecimiento de la organización, sino también de la experiencia ganada por Vásquez para conseguir mayor poder de negociación por sí mismo. Por otro lado, las alianzas establecidas con partidos a escala nacional como Perú Posible, Fuerza Democrática y posteriormente Alianza Popular, sirvieron más para conseguir reconocimiento a nivel nacional y brindar un espacio a Vásquez para participar en otras esferas políticas más allá de la regional.

Por otro lado, una alianza estratégica que rindió grandes frutos en su momento, fue la desarrollada con la juventud loreta en uno de los espacios con mayor organización: la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana (UNAP). Noelia Chávez (2014) analiza a profundidad el activismo político de los

jóvenes loretanos y logra encontrar nexos entre ellos y los movimientos regionales.

En el caso de Fuerza Loretana, el primer acercamiento con la juventud organizada de la UNAP se da a través de Democracia Estudiantil (DES), una agrupación política de estudiantes universitarios (APEU) nacida de la izquierda fragmentada, igual que el movimiento. Con su impulso, Democracia Estudiantil se convierte en Fuerza Universitaria Estudiantil (FUE) en el año 2001. Los miembros de esta APEU mantuvieron una relación muy cercana con Yván Vásquez y vieron el espacio que el movimiento les ofrecía como una oportunidad para poder discutir y prepararse para la política en una escuela fundada por Fuerza Loretana y que tenía como centro al regionalismo.

El apoyo brindado llevó a que FUE consiguiese mayor poder de agenda al interior de la universidad, logrando tener la capacidad de ganar elecciones internas en el gobierno universitario (Chávez 2014, p.126). Sin embargo, este apoyo no era gratuito, pues se debe tomar como una inversión. Mientras Fuerza Loretana brindaba recursos logísticos y entablaba relaciones con los estudiantes a través de su escuela política, se esperaba que los estudiantes posicionaran el nombre de la agrupación al interior de la universidad. Ello era especialmente importante en época electoral; los jóvenes que apoyaban a Fuerza Loretana eran reconocidos por asistir a las actividades de la universidad vistiendo los colores de la agrupación – verde y blanco – y usando banderolas alusivas al movimiento.

A pesar de haber mantenido relaciones fructíferas, ocurre un quiebre en la relación entre estudiantes y el movimiento cuando este pierde las elecciones en 2002. Los jóvenes, que mantenían la esperanza de formar parte de los cuadros del movimiento y, consecuentemente, conseguir empleo en el gobierno regional, provincial o distrital, vieron que la agrupación tenía cuadros ya establecidos.

Sin embargo, el FUE se une a miembros de otras agrupaciones estudiantiles como Frente Amplio de Izquierda Revolucionaria (FAIR) y Democracia Estudiantil (DES) y forman en 2003 el Frente de Participación Democrática (FPD). El FPD, perteneciente principalmente a la facultad de

educación de la UNAP, retoma la conexión con Vásquez; aunque la ideología regionalista es ya dejada de lado y se convierte en una relación por conveniencia.

*“Los estudiantes del FPD consideran que Fuerza Loretana es una opción de trabajo latente en tanto ganen los gobiernos regionales y locales. Varios de sus miembros, consiguen trabajo dentro de las gestiones municipales y regionales, especialmente como asistentes de proyectos, supervisores de programas sociales, entre otros. Asimismo, logran recomendaciones para plazas en entidades estatales como el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) en pocas electorales, como coordinadores en la entrega de kits electorales a los poblados de las riberas del río Amazonas. Siempre y cuando les brinden apoyo en las elecciones regionales” (Chávez, 2014, p. 128)*

La estrategia de conectar con estudiantes universitarios no fue usada únicamente por Vásquez, aunque se reconoce que fue el primero en establecer una alianza formal entre estudiantes y movimientos regionales. Como señala Chávez (2014), Fernando Meléndez del Movimiento Integración Loretana (MIL) y Elisbán Ochoa (Mi Loreto) también han buscado a los jóvenes universitarios para formar alianzas a partir del 2006, logrando que los movimientos ganen más espacios al interior de las universidades y desplazando la injerencia de los partidos políticos en estos espacios.

Las agrupaciones estudiantiles resultaron atractivas y relevantes por su organización y capacidad de convertirse en una inversión positiva para las agrupaciones políticas. A cambio de brindar su apoyo en las bases y atraer una mayor cantidad de votos, conseguían experiencia y capital político; así como trabajo en municipalidades provinciales y locales de ganar la agrupación a la que apoyasen.

### 3.2 Capital Político

El capital político se divide en capital administrativo y capital ideacional. Para la presente investigación se hará un énfasis en el capital ideacional; sin embargo, se reconoce la importancia del capital administrativo para la organización, por lo que será brevemente descrito.

El capital administrativo está conformado por “el conjunto de incentivos selectivos (es decir, beneficios que son distribuidos selectivamente entre un conjunto de individuos) o ventajas simbólicas, generalmente en forma de recursos financieros u organización preexistente” (Zavaleta 2014, p. 30-31).

Zavaleta sostiene que la inversión de capital administrativo no supone una idea racional a menos que cuente con incentivos exógenos que hagan atractiva la idea de invertir en una organización política (2014, p. 34). Al respecto se podría decir que el movimiento y sus cuadros tenían incentivos para seguir invirtiendo en las actividades.

Las campañas estaban dando frutos, las alianzas con líderes de localidad o de causas sociales para que postulen bajo el sello de Fuerza Loretana era una inversión con grandes ganancias, si se considera cada alcaldía ganada como una ganancia. Como se verá más adelante, era un esperado que se organizaran campañas con diferentes actividades en las que la población pudiera pasar su día.

### 3.2.1 Capital ideacional

Los partidos políticos tradicionales; es decir, aquellos que existían antes de los años 80 en Perú, eran claramente distinguidos por las ideologías que defendían y cuyos adeptos compartían. Sin embargo, esta característica inherente de los partidos políticos terminó por desaparecer junto con el colapso de partidos. Lo que se ha podido reconstruir del sistema de partidos es una versión deformada que se basa más en los personajes y su reputación.

A pesar de ese escenario, existen organizaciones políticas que aún manejan, aunque sea en papel, un discurso programático como medio para mantener unificada a la militancia. La efectividad de su uso podría ponerse a discusión; sin embargo, en esta ocasión se hará énfasis en reconocer si existe o no un capital ideacional en Fuerza Loretana, qué tan usado y cuáles son sus fines en el movimiento objeto de la investigación.

Fuerza Loretana cuenta con un ideario político desarrollado a inicios de su creación y que se basa en la llamada “ideología regionalista”, cuyo propósito

es desarrollar el sentir de pertenencia desde el punto de vista de la cosmovisión de la población<sup>8</sup>. Además, la inclusión de esta ideología responde a la historia de Vásquez con el Movimiento Regionalista Loreto cuya motivación era la reivindicación de la región y se guiaba por el social progresismo. Así también hay que tener en consideración sus vínculos con UNIPOL, organización política nacida de la izquierda loretana.

La ideología regionalista como base del ideario político ha permitido que el movimiento genere propuestas entorno al tema reivindicativo de la población loretana. Como señala Grompone, “Las plataformas programáticas facilitan establecer un paquete de propuestas, organizar campañas y otorgar reputación a un candidato” (2016, p. 123). De tal manera que el ideario político no solo toma como base la ideología regionalista como base para sus propuestas, sino que también fija un rumbo político. La reivindicación que sostiene la ideología se convierte entonces en el sello del movimiento.

“La idea era lograr la descentralización de la región mediante la potenciación de la industria, otorgarles ese valor agregado a las materias primas a través de la conversión de materias primas en productos finales [...] para lograr la revalorización de la cultura y aprovechar la diversidad de la región” (Mauro López, 2020)

La ideología regionalista lleva al movimiento a desarrollar la base de sus propuestas gubernamentales, la llamada “trilogía de la emergencia”. Esta trilogía contiene ejes generales en los que se basan los planes de trabajo de los candidatos de acuerdo al ideario del movimiento. La trilogía de la emergencia se encuentra también en el Plan de Desarrollo de la región con el que el movimiento se presenta a las elecciones regionales y sus ejes, al ser tan generales, se encuentran presentes en los planes de gobierno de la gran mayoría de los candidatos a las elecciones provinciales y distritales. Los tres pilares de la trilogía son la educación, la salud y la alimentación.

---

<sup>8</sup> Cita: “[la ideología regionalista] se basa en la reivindicación de lo nuestro, de lo propio, como las costumbres o las lenguas [...]” (ex concejero regional, entrevista 1, 2019)

De acuerdo a Grompone y Wiener, Vásquez reconoce que la principal base de apoyo al movimiento, en sus inicios, se encontraba en las personas en mayor estado de abandono, como lo son quienes viven en zonas cercanas a los ríos, o en las periferias de las grandes ciudades; pues son ellos quienes finalmente creen más en el ideario político (2006, p. 41). Los planes de gobierno propuestos por el movimiento y la presentación de los candidatos y candidatas que usaban el nombre de Fuerza Loretana estaban dirigidos por un discurso de reivindicación de lo propio; así, los discursos y documentos oficiales estaban enfocados en las necesidades de esta “población olvidada”.

“A pesar de todo lo malo que hizo Vásquez, algo que sí le tengo que reconocer es su trabajo con la población” Entrevista 1, 2020

La línea de pensamiento del partido, planteada desde sus inicios, ha sido la revalorización de los recursos de Loreto y la búsqueda de la mejora de la población basándose en la educación, salud y alimentación. Los pilares de la trilogía de la emergencia no son una novedad en cuanto a ejes de propuestas de candidatas y candidatos; aunque sí se reconoce la novedad de contar con una justificación aceptada por la población como lo es la bandera de la reivindicación que cargaba el Movimiento Regionalista Loreetano en un inicio. Así también, este discurso para los inicios del movimiento debió ganar adeptos, especialmente provenientes de comunidades campesinadas. Así, la “población olvidada” empezó a ser reconocida por Vásquez en sus intentos por visitar las comunidades más alejadas a las que pocos políticos de la época se acercaban por generar más costos que ganancias.

Una vez establecidos el rol y la importancia del capital ideacional a inicios de Fuerza Loretana, cabe preguntarse qué tan importante es el capital ideacional actualmente para los candidatos a las alcaldías provinciales, distritos e incluso para regidores y concejeros regionales. Así también, es conveniente conocer si la militancia cree y comparte esta ideología, convirtiéndole en uno de los motivos por lo que brindan su apoyo al partido.

“Sinceramente este es un tema que lamentablemente yo también me achaco un poco porque cuando eres gestión a veces te olvidas de trabajar la parte ideológica y si tus pares, dentro de la organización, no te acompañan o están ensimismados más en gestión, no lo hacen. Y creo que, ustedes como jóvenes también, lo están percibiendo. La juventud, los propios ciudadanos de todas las edades en nuestro país, en el mundo de hoy, poco quieren digerir la ideología. No quieren debatir la ideología, se alejan de ese debate ¿no? Y para mí ese es un tema esencial porque es la inspiración para la acción política. Esa es una parte en la que el Perú poco ha hecho, como estado inclusive, porque yo creo que el estado debía proponer debates ideológicos. No tendríamos tanta atomización política ni partidos por todos lados si hubiera debate ideológico porque yo estoy seguro que entre todos, hay coincidencias tales que podríamos llegar a ser dos o tres partidos en todo el Perú. Lo que pasa es que el personalismo y el deseo de querer gobernar por gobernar hace que se presenten este tipo de problemas” Entrevista a Yván Vásquez, 2020

Como se verá más adelante, los candidatos que son invitados a formar parte del partido reconocen los valores que defiende la organización y comparten ideas con ella. Sin embargo, muchos de estos candidatos cuentan con una agenda propia que es la que finalmente guiará las actividades que realicen en su gestión, si es que son elegidos. La agenda privada de estos invitados se alinea de manera efectiva en el discurso ideológico de Fuerza Loretana pues también se basan en la lucha social y reivindicativa. De esta manera, el partido no solo se beneficia al contar con quien ya es – o ha sido – líder en su comunidad para atraer los votos de la población; sino que el candidato o candidata también se beneficia del partido porque recibirá mayor apoyo para la realización de las actividades de su agenda, en tanto entren en los lineamientos del movimiento.

Con el análisis en mente, se reconoce que el movimiento poseía una ideología y, en sus primeros años, intentó expandirla en la mente de los jóvenes a través de la escuela política creada para tal fin. Sin embargo, el proyecto no prosperó, por lo que la ideología política del movimiento fue olvidada, incluso entre los cuadros principales del movimiento. La ideología dejó de ser una prioridad y el trabajo del movimiento se enfocó en la gestión del gobierno regional y su articulación con los gobiernos provinciales y municipales.

### 3.3 Organización interna del partido

La literatura sugiere que los movimientos regionales poseen estructuras poco organizadas (Ballón 2010; Remy 2010) y con un débil enraizamiento en el la población a través del territorio (Tanaka y Guibert 2011). Zavaleta (2014) menciona que estas condiciones permiten la creación de lo que denomina como “coaliciones de independientes”; estas son alianzas temporales entre actores políticos que se juntan con el fin único de tener mayores posibilidades de ganar las elecciones y que posteriormente se disuelven sin dejar mayor rastro.

El autor reconoce además la existencia de organizaciones con un mayor nivel de articulación que la que las coaliciones de independientes poseen; así que, tomando el término de Aldrich, las organizaciones más articuladas pueden ser consideradas como coaliciones institucionalizadas. La alta capacidad organizativa junto con el capital administrativo forma lo que se denomina como partidos políticos regionales. El título de “partido regional” es usado por Zavaleta para describir mejor la actividad de movimientos regionales como Nueva Amazonía en la región de San Martín.

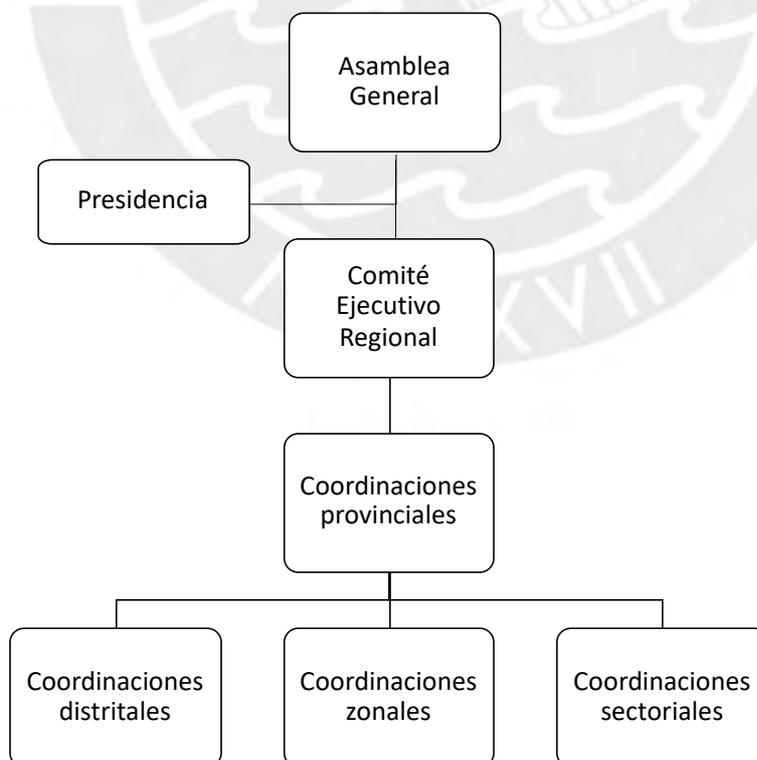
Así, el término “partido regional” puede ser utilizado en los casos en los que resulta necesaria la creación y fortalecimiento de un aparato partidario organizados como lo es en el caso de los movimientos que surgen entre una oposición fuerte o en las regiones con la población más dispersa. Este último es el caso de Loreto, región que, por su geografía, necesita de esta capacidad organizativa para lograr conseguir el apoyo de la población. La construcción de una formación partidaria ha de ser necesaria, cuando el acceso a los electores es bajo. Esta es una capacidad necesaria y aquellas coaliciones temporales y sustitos que no sean capaces de realizar, están condenadas al fracaso.

Zavaleta (2014) considera que Fuerza Loretana, de cara a las elecciones de 2010, puede reconocerse como un partido regional por dos motivos. El primero es haber construido, de manera exitosa, una organización partidaria que logró abarcar casi la totalidad de la región de Loreto. El segundo es un factor exógeno a Fuerza Loretana, y es que la región presentaba un bajo nivel de volatilidad para dichas elecciones.

Sin embargo, ese no sería el caso para Fuerza Loretana de cara a las elecciones regionales y municipales de 2018. Los factores exógenos, como la cantidad de organizaciones políticas presentes en el escenario político no variaron de sobremanera en las elecciones de 2014 y 2018; así también, hubo un cambio menor en cuanto a la cohesión partidaria del movimiento para las elecciones de 2014. Además, en dichas elecciones se mantuvo un relativo éxito en cuanto a provincias ganadas por Fuerza Loretana, aunque no se haya ganado en las elecciones a nivel regional.

El motivo principal por el que no podría considerarse a Fuerza Loretana como un partido regional en la actualidad es porque no se presentaron en las elecciones de 2018. Esa decisión eliminó de la carrera política al movimiento en la región y, consecuentemente, complicó el escenario para un posible regreso en las futuras ERM 2022. Ello terminó por debilitar también la organización interna bajo la cual el movimiento había estado trabajando por tantos años.

Gráfico 1. Organización interna de Fuerza Loretana



Fuente: Elaboración propia

El sistema de organización ilustrado en el Gráfico 1 ha sido el mecanismo a través del cual el movimiento logró tener presencia en toda la región. Este se fue desarrollando desde su creación en base a la necesidad de tener contacto con diferentes comunidades en la región. Debido a la dificultad de acceso, era necesario contar con coordinaciones que se encarguen de la movilización de personas aún si el líder no estaba presente.

El desarrollo de una lógica de coordinaciones distritales, zonales y sectoriales que acompañasen la labor de las coordinaciones provinciales era una necesidad para alcanzar a toda la población. Sin embargo, a inicios del milenio este no era un esquema de organización bajo el cual se guiase la mayoría de movimientos o partidos políticos; por lo que Fuerza Loretana contaba con ventaja desde sus inicios para la movilización del capital humano y otros recursos. El esquema se ha convertido ahora en una necesidad y ha sido adoptado por la gran mayoría de movimientos.

Como se mencionó, la creación de coordinaciones zonales y sectoriales durante las campañas electorales responde a la geografía de los diferentes distritos y la dispersión de sus habitantes; por ejemplo, podían existir bases organizadas por calles de ser necesario. Estas están a cargo de líderes de la comunidad y su labor era fundamental para la organización del movimiento ya que eran quienes tenían contacto directo con la militancia de base, logrando movilizar a las personas hacia los mítines organizados por el partido. En estos eventos estaría presente Yván Vásquez, como figura central del partido, acompañado de los candidatos provinciales y distritales y, de ser necesario, de los candidatos y candidatas a regidores (Mauro López, 2020)

Los comités provinciales tenían un rol más activo en la organización del partido fuera de la etapa electoral ya cumplían la función de intermediario entre el comité regional y los comités distritales. Los seis comités provinciales designaban a un representante para que participe del comité regional; así, mantenían se aseguraba una comunicación fluida y directa con el comité regional. Cumpliendo un rol dual, los comités provinciales llevaban los acuerdos y presentaban las dudas y preocupaciones de las bases de la militancia al comité

regional; mientras que a la par tenía el deber de presentar las decisiones y propuestas del comité regional hacia las bases en sus provincias respectivas.

Los comités provinciales gozaban de autonomía en su organización; aunque debían responder a diferentes condiciones para ello. La principal condición era que la cantidad de personas que conformasen el comité debía estar relacionado con la cantidad de habitantes en cada provincia. Así, en el caso de Datem del Marañón, provincia que cuenta con una población electoral de aproximadamente 5,000 personas, se contaba con doce coordinadores presentes en el comité provincial. De igual manera, los comités distritales de la provincia estaban conformados por doce integrantes.

Durante las campañas electorales los esfuerzos por incrementar la organización se doblaban de tal manera que se necesitaba del trabajo activo de las bases sectoriales y barriales. En el caso de Datem, al contar con 24 barrios, se conformaban 14 coordinaciones integradas por al menos dos personas.

“[...] Era una masificación tremenda, un trabajo de hormiga. Eso nos permitía a nosotros ser la primera fuerza regional en ese tiempo”  
Entrevista a Wagner Musoline, 2020

Sin embargo, esta organización que a primera vista resulta ser una maquinaria efectiva para la participación de la militancia terminó siendo, en algunas provincias, cooptada por los coordinadores provinciales, poniendo en peligro la democracia interna del partido. De acuerdo al ex candidato a la alcaldía provincial de Datem por Fuerza Loretana, en 2014 el partido celebró sus primeras elecciones internas en la provincia en las que se pensaba nombrar por voto a los integrantes del comité provincial de Datem. Esta iniciativa fue propuesta por la militancia y aceptada por las cabezas del partido; sin embargo, la coordinación de ese año decidió hacer caso omiso a las elecciones, perpetuándose en el poder. Esta información no ha podido ser corroborada por alguna denuncia pública realizada a algún medio de comunicación.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Última revisión: sábado 13 de diciembre de 2020

### 3.3.1 Selección de candidatos

La gran mayoría de organizaciones políticas que quieren asegurar el voto del electorado recurren a invitaciones a líderes de alguna comunidad o causa que atraiga votos y sume, finalmente, al éxito electoral de esta organización. Entonces, el proceso de selección de candidatos no está enfocado únicamente a quienes son leales al movimiento – ya sea Fuerza Loretana u otros – sino que también se toma en cuenta cuántos votos puede atraer la persona elegida para participar de las elecciones

“[Existe un sistema de ascenso] Eso sí. Se reconocen las capacidades y los aportes en términos de lealtad, en términos de trabajo de los integrantes de la organización. Y de otro lado creo que, sin vanagloriarme, soy una imagen que atrae votos. A gente que busca confianza en los políticos. No fue algo que solamente porque estoy en la organización, que hay que hacerle ascender, no, no, no. Han sido cálculos políticos de quienes en ese momento tomaban la decisión de quién candidatea acá [San Juan Bautista]” Entrevista 1, 2020

El caso de Fuerza Loretana no es una excepción a la práctica. Efectivamente, el movimiento recurría a esta práctica para asegurar los votos de diferentes comunidades de la región. Sin embargo, es uno de los movimientos que no solo realizaba invitaciones a líderes, sino que estos formaron parte de la militancia en los años en los que aún no era obligatorio que un invitado o invitada se afilie a la organización política para postular.

### 3.4 Rol del líder

El interés de Yván Vásquez Valera, fundador del movimiento regional Fuerza Loretana, por la participación política surgió en su etapa universitaria. Mientras era estudiante en la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana (UNAP), Vásquez fue dirigente estudiantil afiliado al APRA, donde comenzaron

otras figuras políticas de la región como el actual gobernador regional Elisbán Ochoa.

Yván Vásquez, conocido empresario en los años 80, fue invitado por el entonces alcalde de Maynas, Jorge Luis Donayre Lozano, a participar de las elecciones para diputado en el año 1990 con su movimiento. Jorge Luis Donayre había ya fundado el Movimiento Regionalista Loreto (MRL) en 1980 y deseaba incursionar en la política nacional. De acuerdo al diario Pro&Contra (2019), a Vásquez se le otorgó el número dos en la lista de candidatos a diputados por el MRL; sin embargo, a pesar de que en un inicio se consideró la posibilidad de haber ganado, finalmente Vásquez terminó perdiendo esas elecciones.

Luego de ese primer acercamiento a la política de la mano de un movimiento con carácter reivindicativo de la región; Yván Vásquez ganó la experiencia necesaria para formar su propio movimiento regional. Así surge Fuerza Loreтана en el año 1992. Su primera incursión en la política a nivel regional la tuvo, de acuerdo a Infogob, en 1995 como candidato a la alcaldía de la provincia de Maynas y, aunque no consiguió ganar las elecciones en dicha ocasión, sentó un precedente para su alianza con UNIPOL y una de sus figuras más resaltantes, Robinson Ribadeneyra.

Tabla 9. Procesos electorales en los que participó Yván Vásquez

<b>Año</b>	<b>Proceso electoral</b>	<b>Cargo al que postuló</b>	<b>Organización política</b>	<b>Circunscripción</b>	<b>Elegido</b>
1990	Elecciones generales	Diputado	Movimiento regionalista Loreto	Loreto	NO
1998	Elecciones municipales	Alcalde provincial	Fuerza Loretana	Loreto – Maynas	SI
2002	Elecciones regionales y municipales	Presidente regional	Movimiento independiente Fuerza Loretana	Loreto	NO
2006	Elecciones generales	Segundo vicepresidente de la República	Fuerza Democrática	Nación	NO
2006	Elecciones regionales y municipales	Presidente regional	Fuerza Loretana	Loreto	SI
2010	Elecciones regionales y municipales	Presidente regional	Fuerza Loretana	Loreto	SI
2014	Elecciones regionales y municipales	Presidente regional	Fuerza Loretana	Loreto	NO
2016	Elecciones generales	Congresista	Alianza Popular	Loreto	NO

Fuente: Infogob (2020) Elaboración propia

A inicios del capítulo se destacó el rol que cumplieron tanto UNIPOL como Ribadeneyra para la imagen pública de Vásquez y la organización inicial de Fuerza Loretana. Con el apoyo logístico y de capital humano, Vásquez logró ganar la alcaldía de Maynas en su segundo intento, en 1998; obteniendo el apoyo del 46.4% de la población.

Robinson Ribadeneyra fue uno de los dos candidatos postuló al congreso en el año 2000 con el entonces candidato a la presidencia Alejandro Toledo por Perú Posible. Sin embargo, luego de la ruptura que hubo entre Toledo y Vásquez, Ribadeneyra no volvió a postular al congreso con Perú Posible. Por el contrario, decidió tomar un rol protagónico en UNIPOL, volviéndose no solo el líder, sino también el candidato que represente al movimiento en las siguientes

elecciones regionales. Este hecho no terminaría por minar la relación entre Vásquez y Ribadeneyra, quienes se volverían a encontrar en los comicios generales de la región en los siguientes años.

“UNIPOL había nacido por el actual, liderado justamente por el actual gobernador, Elisbán Ochoa. Y contaba, justamente, con la colaboración de Ribadeneyra, y la experiencia fue buena en el campo, ¿no? Este y de ahí seguimos la ruta. Lo que pasa es que, como es natural, todo líder de un movimiento, quiere tener la oportunidad de gobernar. Entonces, nosotros respetamos la decisión de retirarse y seguir su ruta”. (Yván Vásquez, 2020)

El primer encuentro entre Vásquez y Ribadeneyra como adversarios políticos se dio en las Elecciones Regionales y Municipales (ERM) del año 2002. En esta ocasión, ambos participarían como candidatos en lados opuestos, Vásquez con Fuerza Loretana y Ribadeneyra con UNIPOL. Este último terminaría ganando las elecciones con 103,084 votos de la población, pero su controversial figura terminaría por costarle sus siguientes intentos de volver a la esfera política de la región. Por su parte, Fuerza Loretana obtuvo 90,145 votos; quedando en segundo puesto. La cifra es realmente positiva, considerando los ataques que Vásquez había sufrido a su figura pública por la supuesta vinculación con Fujimori y el deslinde con Toledo.

“[...] vale la pena también hacer notar ciertos factores que muchas veces ponen en riesgo porque si Alejandro Toledo hacía lo que ofrecía por Loreto y le iba bien, probablemente a mí no me iba tan bien ¿no? Porque es así la política, pero así se dieron las cosas”. (Yván Vásquez, 2020)

Para las ERM 2006, Yván Vásquez consiguió el puesto de gobernador regional con el apoyo de 40,9% de la población loretana en las urnas. Ello representaba un margen de más de 50,000 votos a su favor frente al segundo puesto, el partido político Restauración Nacional. Como muestra la Tabla 2, Fuerza Loretana obtuvo 137,173 votos, Restauración Nacional, 82,273 y UNIPOL, ubicado en tercer lugar, obtuvo 31,661; una drástica caída frente a las elecciones anteriores en la que logró ocupar el primer puesto.

Las elecciones regionales de 2010 fueron otro éxito en las urnas para Vásquez, quien fue reelegido para ocupar el cargo de gobernador regional. Sin embargo, el éxito inicial no se logró repetir y Vásquez tuvo un leve decaimiento en los votos de la población. El segundo periodo en el gobierno regional lo ganó con el 32% de los votos de la región, 110,155 votos en total. En la Tabla 3 podemos observar además el nacimiento de su siguiente gran adversario: Fernando Meléndez, líder del Movimiento Integración Loreтана (MIL).

Su interés en política no permaneció en la esfera regional. Como señalaron Grompone y Wiener, “Para Vásquez es claro que el crecimiento de su grupo debe darse en dos planos: uno a largo plazo para convertirse en un movimiento nacional, y otro que implique la participación en el nivel regional con el objetivo de fortalecer su propuesta” (2006, p. 42)”. Siguiendo lo planteado por los autores, el interés por tener alcance a nivel nacional justifica sus incursiones como candidato a la segunda vicepresidencia de la república con Fuerza Democrática, con Alberto Borea como candidato a presidente de la nación.

Así también, un segundo intento se dio en las elecciones generales de 2016. Vásquez fue presentado como candidato oficial en la lista del congreso por Alianza Popular, una alianza formada entre el PPC y el APRA – con el apoyo de Chimpún Callao – ambos partidos con muy poca, por no decir nula, presencia en la región. Su candidatura fue noticia a nivel nacional debido a los cuestionamientos que le hicieron por sus acciones en el gobierno regional de Loreto en 2010 y el arrastre de las acusaciones de malversación de fondos como alcalde de Maynas en 1998. Debido a ello, recibió gran cantidad de comentarios negativos por la inmunidad que obtendría si fuese elegido como congresista. La inclusión de Vásquez a la lista del congreso fue defendida por el ex presidente Alan García, líder del APRA, con quien ya había mantenido diálogos anteriores<sup>10</sup>. Este sostuvo que “Ya la elección está hecha. A través de una convención

---

<sup>10</sup> Cita: “Alan García busca a Yván Vásquez para preguntarle cómo es que logró reducir la pobreza en la región” (Mauro Lopez, 2019). De acuerdo al entrevistado, Vásquez mantenía conversaciones con García sobre la inversión en infraestructura que el primero hacía como estrategia para mantenerse a flote durante la crisis económica sucedía

nacional se estableció cuál es la lista de Iquitos y esa es la que será respetada” (Correo, 2016)

Durante la campaña congresal de 2016, Yván Vásquez recurrió al apoyo de la militancia de Fuerza Loretana; sin embargo, el resultado final no fue el esperado. Como señala el ex concejero regional, “la campaña a favor de Vásquez existió; pero no fue tan intensa como si fuese una campaña regional. Además, los militantes de Fuerza Loretana pueden apoyar a Vásquez, pero no al APRA, entonces no votan por ellos [el partido] a nivel nacional” (entrevista 1, 2019).

A pesar de ser el líder, fundador y la figura principal del movimiento<sup>11</sup>; no podría ser considerado como un caudillo político. De acuerdo a Arévalo y Sosa, a pesar de haber ocupado el poder político más importante de la región por dos periodos consecutivos, no estableció las condiciones necesarias que permitiesen la creación de reglas formales e informales para asegurar el control total de la dinámica política de la región (2014, p. 136). Ello se evidencia en la presencia constante de prensa negativa hacia su gestión, proveniente tanto de grupos de interés como políticos y empresarios loretanos.

---

<sup>11</sup> Cita: “Hablar de Yván es hablar de Fuerza Loretana” (Mauro López, 2019)

#### 4 CAPÍTULO: ESTRATEGIAS DEL MOVIMIENTO FUERZA LORETANA ACCEDER Y MANTENERSE EN EL PODER

En el presente capítulo se busca abordar las estrategias del movimiento para acceder y permanecer en el poder. Se tiene por un lado las estrategias que el movimiento realizaba durante las campañas electorales, propias de la gran mayoría de organizaciones políticas que buscan presentarse como una oferta viable. Por otro lado, se considera al programa social “Techo Digno” como una estrategia de clientelismo relacional cuyo objetivo era presentarse ante la población en pobreza como una manera de resolver el problema de viviendas mal estructuradas. Al ofrecer la posibilidad de reemplazar los techos de hoja por techos de calamina, la población podría decidir votar por Vásquez en tanto se asegure la continuidad del programa. ¿Podría esta estrategia justificar el alto grado de aprobación en las elecciones de 2014 a pesar de las distintas denuncias contra la gestión de Vásquez?

Este capítulo además se adentra en el rol de los medios de comunicación en la política de la región y cómo se ha convertido en una necesidad incluirlos como parte de las estrategias de las organizaciones políticas. Luego de haber leído el artículo de Arévalo y Sosa (2016) para la Revista de Ciencia Política y Gobierno PUCP, se hizo evidente que los medios de comunicación, especialmente los medios televisivos y la prensa escrita jugaban un rol importante en el desarrollo de la política en la región. Con ello en mente, se realizaron entrevistas a periodistas y profesores universitarios respecto al funcionamiento de los medios durante las campañas electorales y su incidencia política fuera de la temporada electoral.

##### 4.1 Estrategias clientelistas

El clientelismo político se encuentra en los tres niveles de gobierno y, al contrario de lo que se puede pensar, no representa necesariamente una connotación únicamente negativa, pues puede convertirse en un medio para cubrir necesidades de la población. La existencia de estrategias clientelistas va más allá de un “intercambio de favores” entre una empresa privada y la autoridad

política durante la campaña electoral, pues su fin último es asegurar apoyo político que se ve traducido en votos durante las elecciones. Para conseguir los votos, especialmente cuando se busca la reelección, la autoridad debe también relacionarse con la población y cubrir sus necesidades con el fin de ganar su confianza y lealtad.

La presente sección busca estudiar las estrategias clientelares utilizadas por Fuerza Loretana y particularmente Yván Vásquez con el fin de la reelección. Con ello en mente, se espera conocer el funcionamiento de las prácticas clientelares en la selva que tengan relación directa con la población y los efectos que éstas puedan tener en las campañas electorales.

Susan Stokes (2005) se enfoca en el estudio del clientelismo desde las relaciones entre la autoridad política y el ciudadano, sosteniendo que este ocasiona graves efectos negativos en la democracia y el desarrollo económico. Ella utiliza la teoría de los *brokers* y busca dar respuesta, con evidencia sólida, a la pregunta ¿por qué las estrategias clientelistas se enfocan en los pobres?

Los *brokers*, entendidos como “agentes que tienen sus propios intereses y compiten entre ellos con el fin de articular a los grupos comunitarios a nivel social con los partidos centrales y los políticos; por lo que desempeñan un papel valioso como intermediarios” (Tanaka y Meléndez 2014: 66). Ellos son el enlace entre el partido y la población, esencialmente necesarios para el monitoreo de los votos y además, porque proveen de la información descentralizada que necesitan las organizaciones políticas para establecer una estrategia.

Finalmente logra darle respuesta afirmando que estos reciben más de los candidatos porque sus ingresos son tan bajos, que darles un bien o servicio inmediato que resuelva alguno de sus problemas, va a ser más apreciado por ellos que por la población que no se encuentra en la misma situación ya que estos no tienen las mismas necesidades básicas que los primeros. Sin embargo, encuentra también que enfocarse en la población de pobreza y extrema pobreza debe tener un filtro; pues para que la estrategia funcione, debe haber cierto grado de seguridad que la población beneficiada por la estrategia va a emitir su voto a favor de quien le proveyó de ese bien o servicio (2005: 170).

Encuentra que las máquinas clientelares se enfocan en los pobres porque estos necesitan menos ingresos de utilidad que las personas más adineradas (2013:161). Ello quiere decir que resulta más sencillo para la maquinaria satisfacer las necesidades de los pobres; puesto que cubrir una o más de ellas aumentará en mayor medida su satisfacción por las acciones del partido. Por el contrario, las personas con mayores ingresos económicos no se verán satisfechas con las mismas acciones por parte de la maquinaria política.

De este modo podemos afirmar, en rasgos generales, que los votantes en situación de pobreza responden mejor, en el sentido de “vender sus votos”, al partido que satisfaga sus necesidades. Sin embargo, ¿Cómo se puede asegurar el voto de la población?

#### 4.1.1 Dinámicas con la población en época electoral

Como señala Muñoz, se puede entender al clientelismo electoral como “una estrategia de movilización electoral en la que un político ofrece beneficios privados [...] a individuos (o a sus familias) durante las campañas electorales, a cambio de su apoyo electoral” (2014: 161). En los casos en los que el clientelismo tenga como fin asegurar la participación de los individuos en actividades de campaña, Muñoz (2013) lo denomina como “clientelismo de campaña” y está enfocado a todas las actividades que puede hacer, o en todo caso, brindar, un candidato para que la población participe de dichas actividades.

Se ha mencionado en el capítulo anterior que Fuerza Loretana surgió con una ideología de izquierda, por tanto se mantenía un discurso de reivindicación de lo propio y además contaban con el apoyo de un movimiento que nació de la izquierda fragmentada de la región, UNIPOL. Sin embargo, se reconoce que el discurso ideológico perdió relevancia en la política de la región y, a pesar de haber contado con un escuela de formación juvenil, el discurso no logró calar en las mentes de los universitarios. Ello no implica que los militantes no mantengan ideas sobre la necesidad de reivindicar lo propio, sino que ya no se identifican con una ideología de izquierda.

Entonces, Fuerza Loretana comenzó a sostenerse ya no por las ideas que podía esparcir en la región, sino por quien representaba al movimiento, Yván Vásquez, como la cara de todas las campañas. La base social del político se veía sostenida por su carisma y el recuerdo de sus acciones durante las gestiones y campañas electorales. Para lograr ello, se desarrollaron diferentes mecanismos que apuntaban a mantener una militancia activa. Se brindaban incentivos para participar en actividades del movimiento, llamando así la atención a que más personas decidan ser parte de la agrupación de manera formal.

Durante las campañas electorales de Fuerza Loretana, uno de los ejes principales era la promoción del deporte de diferentes maneras, desde la organización de campeonatos de fútbol, hasta el sorteo de instrumentos e indumentaria de deportes (pelotas de fútbol, vóley, uniformes para los equipos). Con la organización de un evento a gran escala como un campeonato de fútbol, se atraían a diferentes audiencias y se convertía en un evento familiar en el que, por supuesto, no podían faltar las canastas de víveres y objetos de primera necesidad como el papel higiénico.

Así también, una actividad que asegurase la asistencia a las actividades del movimiento era el mantenimiento de los “motocars”. Al ser una de los medios de transportes más usados en la región, el que los motocarristas usen la indumentaria del movimiento podía servir para más personas vean el logo y el nombre del movimiento de cara a las elecciones.

Ello va de la mano con otras actividades como la organización de polladas, chocolatadas e incluso bingos. En el periodo de abril de 2010, Fuerza Loretana declaró haber gastado 930 soles en cartones de bingo como parte de los gastos de campaña (CITA). Este tipo de actividades aseguraba la presencia de la población, precisamente porque lo ofrecido resultaba atractivo. Además, como señala Stokes (2005), la población en situación de pobreza; es decir, quienes tienen más necesidades, son más fácilmente impresionables.

E//: ¿Cómo lograban que los militantes participaran? ¿Había algún incentivo allí?

W\*/: No. Los militantes normalmente participaban por su propia iniciativa. Teníamos una programación por parte del coordinador provincial y coordinador distrital de hacer actividades cada mes. Parrilladas, polladas, rifas y con eso garantizábamos lo que es el tema de la gasolina y cada comité y coordinadores provinciales y distritales ya venían preparados con su plátano, su pescado y era una participación masiva, democrática. También tengo la experiencia de que los coordinadores formamos un piquete de una comisión de avanzada y se desplazaba a las comunidades donde que tenemos mayor aceptación y se juntaban las ollas comunes y colaboraban sus yucas, sus plátanos. Etcétera. Entonces esa ha sido la participación que hemos tenido durante mucho tiempo. Entrevista a Wagner Musoline, 2020

Sin embargo, en un contexto en el que se compite por qué organización política o qué candidato consigue a más personas en sus mítines, la valla sobre lo que la población espera recibir, aumenta. Esta no es una situación de la que se pueda escapar fácilmente; puesto que la entrega de bienes y servicios ya es un esperado (Muñoz 2019, p.93). Si la población no viese la actividad como algo atractivo, no asistirían, dejando un mitin vacío en el que el candidato no tendría a quién presentarle sus propuestas o si quiera convencerle de votar por sí mismo o su partido. Así también, el candidato podría perder el favor de la población ya que no se puede apreciar el apoyo que recibe de otros electores.

Todas estas actividades responden a una lógica de clientelismo electoral; específicamente lo que Paula Muñoz (2013, 2014, 2019) denomina como “clientelismo de campaña”. Este tipo de clientelismo no busca ganar los votos de la población, sino que busca asegurar la participación de la población en las actividades organizadas por la agrupación política. Así, ofrecer bienes y servicios que resulten atractivos es la manera más “institucionalizada” de hacer campaña en nuestro país.

La inversión al momento de realizar este tipo de actividades puede generar doble ganancia si se tiene éxito. Por un lado, la población va a los mítines y participa de las actividades, dando la imagen que quien organizó el mitin tiene el apoyo de la población; así, las personas que aún no han decidido por quién emitir su voto, considerarán mejor al candidato que tenga a más

personas apoyándolo. Por otro lado, las empresas privadas, al ver el apoyo que obtiene cierto candidato, puede decidir por invertir en su campaña; logrando así tener una mayor cantidad de donantes (Muñoz 2019, p.93-94).

El clientelismo electoral es una opción necesaria en los contextos en los que se carece de nexos en diferentes localidades; es decir, en donde se tenga poca organización política (Muñoz 2019, p. 88-89). Aunque Fuerza Loretana haya contado con un esquema de organización que le permitía tener contacto con las diferentes localidades, mantenía la lógica de organizar grandes actividades atractivas para la población

#### 4.1.2 Dinámicas clientelares con la población durante la gestión del Gobierno Regional (2010 – 2014)

El programa social “Techo Digno” fue una propuesta electoral de Yván Vásquez que se convirtió en una actividad oficial realizada por el Gobierno Regional luego que Vásquez asumió su dirección en 2010. El programa tenía por objetivo reemplazar los techos de hoja (usualmente de Irapay) por techos de calamina de la población que se encontrara en pobreza y pobreza extrema.

Las viviendas con techo de hoja son más comunes en la frontera de la ciudad de Iquitos; su presencia aumenta a medida que las comunidades se alejan de las capitales de las provincias. Adicionalmente, otro requisito inicial para acceder al programa es que la familia esté conformada mayormente por niños y adultos mayores.

“en mi gestión, nosotros hemos construido 43 mil techos dignos, ¿qué significaba eso? Que le hemos dotado de calamina a los vivientes de la rivera que estaban sufriendo de las bajas temperaturas porque ahora hay más friaje en la selva, estaban sufriendo del zancudo, de la malaria, estaban sufriendo lestopira por los roedores que se meten en las hojas de las palmas que usan para los techos, nosotros le pusimos calamina” (Yván Vásquez, 2020)

Techo Digno tiene sus inicios en agosto de 2010, durante la campaña electoral de dicho año. Luego de un siniestro ocurrido en una vivienda con techo de paja, se hizo evidente el problema que este tipo de material representaba

para la población. Desde la malaria, hasta el friaje, el reemplazo de los techos de hoja por techos de calamina logró ser una idea llamativa para la población.

Vásquez comenzó entonces una campaña electoral en la que se sorteaba un techo de calamina de manera semanal, los clavos, el maderaje y la mano de obra. Los participantes depositaban una solicitud frente al local de Radio Anaconda y se escogía a un ganador o ganadora. Se esperó, desde sus inicios que los techos entregados desde que Vásquez era candidato a gobernador regional se termine consolidando como un programa social una vez que gane las elecciones. La modalidad de sorteo se mantuvo durante el funcionamiento del programa oficial. El Gobierno Regional de Loreto (GOREL) realizaba estos sorteos a fin de determinar quiénes se hacían acreedores de los techos de calaminas.

En una visita a Emilio San Martín, se explicó que el GOREL otorgaba únicamente las calaminas, la municipalidad proveía el transporte de las calaminas, los clavos y la mano de obra; mientras que los beneficiarios brindaban la madera para sostener los techo (Region Loreto, 2012).

El consejo regional de Loreto, aprueba mediante el acuerdo N° 107-2011-SO-GRL la ejecución de la actividad denominada “Programa Social Techo Digno” en beneficio de personas que se encuentran en pobreza y extrema pobreza en toda la región Loreto. Este acuerdo, con fecha de 11 de noviembre de 2011, lo tomó el consejo regional y no el gobernador regional puesto que era una actividad de que superaba las 30 UIT. Entre sus acuerdos se encuentra encargar, a la gerencia regional de desarrollo social, la elaboración del reglamento que guiaría la implementación de la actividad; así como autorizar al presidente del gobierno regional el suscribir convenios con municipalidades tanto provinciales como distritales de la región para la ejecución de la actividad.

De acuerdo al Plan Estratégico Institucional del periodo 2011-2014, el programa tenía planteado beneficiar a 600 familias en toda la región durante el primer año de implementación. Lamentablemente, no se pudo acceder a las

cifras finales de beneficiarios del programa<sup>12</sup>; por lo que los números presentados a continuación responden a las memorias de gestión del segundo periodo de Vásquez. Así, en la memoria institucional del año 2014, se afirmaba que el total de beneficiarios del programa – en dicho año – ascendía a 43,077 personas; dividiéndose en 9,516 en el primer semestre y 33,561 en el segundo.

El programa buscaba desarrollarse en toda la región, especialmente en los distritos con mayor incidencia de pobreza. Sin embargo, se ha podido observar el envío de las calaminas en mayores cantidades en ciertos distritos electorales claves. Como se mencionó con anterioridad, una de las principales limitaciones en esta sección es la falta de información oficial que se esperaba recibir por parte del gobierno regional; por tal motivo, las cifras serán provistas, en su gran mayoría, por fuentes secundarias como noticias periodísticas y videos del gobierno regional de esos años.

En Punchana y otros distritos electorales de Maynas como Belén, Vásquez se apersonaba a la entrega y la inauguración de los “techos dignos”. Por ejemplo, Vásquez estaba presente en la entrega de 22 mil calaminas realizadas al alcalde de Punchana en un evento en el que primaban los toldos con los colores de Fuerza Loretana, un evento que tuvo lugar solo en el mes de noviembre de 2013 (La Región, 2013). El calendario de actividades protocolares del mes de febrero de 2012 estaba lleno de actividades en los distritos de Belén, Iquitos y Punchana, tres de los distritos con mayor población electoral. En Belén asistió para entregar 3,150 calaminas y presidir el sorteo de las mismas. Nótese la diferencia en la cantidad de calaminas a pesar de que ambos distritos contaban con una población electoral alta.

El 30 de enero de 2012, a poco menos de un año de iniciado el programa, se hizo una denuncia pública por el sobre costo del segundo proceso de licitación “Licitación Pública por Subasta Inversa N°001-2012-GRL-CE”. El diario La Región (Luz Marina herrera (2012) ) La convocatoria realizada en enero de dicho año buscaba licitar un contrato de compra de 1 millón 102 mil 500 calaminas de

---

<sup>12</sup> A pesar de las múltiples solicitudes de información al Gobierno Regional, estas no fueron contestadas. Además, la información no se encuentra pública en la página web del GOREL.

acero galvanizado corrugado 0023m x 810 x 1800 MM y se consideraba que el precio por plancha era de S/. 16.40 por calamina; sin embargo, en la primera licitación del programa, realizada en julio de 2011, el precio por calamina era de S/. 12.30 (Herrera, 2012)

El Tribunal de Contrataciones del Estado del Organismo Supervisor de Contrataciones del Estado (OSCE) determinó, a través de la Resolución 348-2013-TC-S1, que la empresa ganadora de dicha licitación, CROMATEC S.A.C., “presentó documentación con información inexacta al Gobierno Regional de Loreto con la intención de participar del proceso de selección y favorecerse con la Buena Pro” (2013: 6). Así, este segundo proceso de contrataciones del programa Techo Digno culminó con la empresa suspendida 24 meses de participar de procesos de selección y contratación con el Estado.

Una situación similar ocurrió en el siguiente año, 2003, en la que la OSCE intervino para señalar 15 observaciones graves sobre el proceso de licitación (Herrera, 2013). El proceso por 1 millón 260 mil calaminas fue ganado por la empresa TRADI S.A. por 17 millones 753 mil 400 soles; sin embargo, luego de las observaciones realizadas por el OSCE y la falta de respuesta por parte del Comité Especial encargado de las licitaciones del programa, Vásquez intervino para declarar nula la licitación.

Adicionalmente, existieron denuncias públicas en San Pablo, distrito perteneciente a de la provincia de Mariscal Ramón Castilla, respecto a la cantidad de calaminas que se entregaban a las familias y a quienes eran otorgadas. De acuerdo al entonces presidente del frente de defensa de San Pablo, el profesor Ángel Max Pérez Pinedo, el programa Techo Digno era una fuente de malversación de fondos pues del total de calaminas destinadas a las familias, solo se entregaba el 80% de las mismas.

De igual manera, el dirigente denunció públicamente que los beneficiados eran allegados al movimiento Fuerza Loreтана y que al hacer pública la denuncia sufrió de amenazas (Periódico Luz Verde, 2017). Esta denuncia fue compartida por el entonces candidato – y actual gobernador regional – Elisbán Ochoa; quien en declaraciones recopiladas por el diario Pro y Contra señalaba que “En el interior de la región esto es común ver que este programa lo están manejando

con dirección política, el 80 % de las calaminas se entregan a militantes y simpatizantes de Fuerza Loretana y el resto a uno o dos que no son de su organización, pero eso lo hacen simplemente para variar. En algunos sitios se ha observado que los militantes han aprovechado para cambiar sus calaminas nuevas por viejas, cuando esto es un programa exclusivo para cambiar techos de irapay por el de calaminas” (Ríos, 2014).

En enero de 2018 el juzgado de Caballo Cocha, en base al pedido de la tercera fiscalía anticorrupción de Loreto, dictó comparecencia restrictiva contra Mauro Ruiz Portal, quien fue alcalde distrital de San Pablo en los periodos 2010-2014 y 2014 -2018 por Fuerza Loretana. Esta medida responde a la investigación por el presunto delito contra la administración pública en su modalidad de peculado agravado; la denuncia responde a la supuesta apropiación de materiales destinados al programa Techo Digno. Se le acusó formalmente de apropiarse de 31,500 calaminas y 2,500 cumbresas valorizadas en 472 mil 285 soles durante los meses de enero y marzo de 2014 destinadas al programa Techo Digno; así también con los fondos destinados a la compra de los materiales y mano de obra necesarios para el desarrollo del programa (Periódico Luz Verde, 2018). La comparecencia restrictiva anunciaba la necesidad de que se apersona mensualmente al juzgado para verificar que cumpla con las disposiciones de la medidas<sup>13</sup> y reducir el riesgo de fuga durante la investigación.

---

<sup>13</sup> Disposiciones de la resolución N° 3 del Juzgado de Caballo Cocha en el caso de Mauro Ruiz, ex alcalde del distrito de San Pablo en relación a la investigación por el presunto delito de peculado doloso agravado a través del programa social Techo Digno

- Se prohíbe asuntarse del lugar o localidad en la que reside sin autorización judicial, salvo por asuntos de gestión municipal debidamente acreditados a fin de no perturbar la labor municipal
- Prohibición de frecuentar lugares de dudosa reputación.
- Prohibición de comunicarse bajo cualquier medio de comunicación o de aproximarse a las personas beneficiadas del programa “Techo digno”, domiciliadas en las comunidades de la jurisdicción del distrito de San Pablo, siempre que no afecte el derecho de defensa.
- Obligación de COMPARECER MENSUALMENTE al Juzgado, personal y obligatoriamente y justificar sus actividades.
- La prestación o pago de una caución económica en la suma de dos mil soles, la misma que deberá ser depositada en el Banco de la Nación a nombre del juzgado en el plazo de 30 días naturales.
- Todo bajo apercibimiento de REVOCARSE la medida y dictarse MANDATO DE PRISIÓN preventiva en caso de INCUMPLIMIENTO, previo requerimiento fiscal, conforme lo dispone el código procesal penal.

Por otro lado, el congresista por Loreto durante el periodo 2011-2016, Leonardo Inga, denunció irregularidades en la implementación del programa en su visita a Contamana, provincia de Ucayali en abril de 2014, a puertas de las elecciones regionales. La denuncia del ex congresista Inga señalaba que las viviendas beneficiadas por el programa eran usadas como publicidad para Vásquez y Fuerza Loretana pues contenían las pintas de dicho movimiento regional, acusándolo de proselitismo político<sup>14</sup>. Estas denuncias fueron negadas por Vásquez.

Se puede discutir entonces sobre el peso de las actividades clientelares al momento de desarrollar una campaña electoral y cómo pueden ser usadas también como una estrategia para permanecer en el poder. Parece imposible, por cómo Muñoz (2019) lo presenta, que el clientelismo de campaña pueda ser evadido. Como ya se mencionó, este tipo de clientelismo debiera darse ya por sentado en todas las campañas políticas. Ello pone en riesgo el ejercicio de la democracia porque la población estaría condicionándose por la cantidad – y calidad – de los bienes y servicios que se les pueda ofrecer en temporada electoral.

Aún así, no se debe dejar de lado lo que un movimiento o candidato esté dispuesto a hacer una vez que haya llegado al poder para permanecer en él. El caso de Techo Digno evidencia una inclinación a presentar un programa social atractivo para la población en pobreza y extrema pobreza, una característica que cumple parte de la población loretoana, incluso quienes viven en las capitales de las provincias. Al unir el nombre de Vásquez con un programa social, ya no se puede hablar de uno sin pensar en el otro. Esta estrategia es fácilmente explotada en época electoral, puesto que se podría usar el slogan “Con Vásquez, Techo Digno sigue” y quienes aspiran a ser beneficiados – o ya han sido beneficiados – por el proyecto podrían verse más inclinados a votar por él.

En definitiva lo que implica una relación clientelar de corte relacional es mucho mayor a una estrategia netamente electoral, pero finalmente ambos tienen objetivos diferentes. Se usa la estrategia clientelar en época electoral para

---

<sup>14</sup>Nota de prensa del Congreso de la República publicada en abril de 2014.

poder atraer votantes; mientras que la relacional es para ya mantener a la población enganchada. Ambas estrategias requieren de diferentes recursos, pues en el primer caso se usa el financiamiento privado o de la organización política; mientras que en el segundo caso los proyectos se financian con recursos públicos.

#### 4.1. Arena política: Dinámica de los medios de comunicación

El importante rol que cumplen los medios de comunicación en la política es indudable. Particularmente en Perú los medios son un actor con alta capacidad para sentar una agenda de trabajo (*agenda setting*); así también, tienen un alto peso en la formación de la opinión de la población. Aunque es debatible si se trata de un establecimiento de la agenda o de una construcción de la misma (Cohen 1993, McCombs 2006, Lang y Lang 1981), es posible afirmar con total certeza que los medios de comunicación tienen la capacidad de resaltar la importancia de ciertos temas al público.

El uso de los medios de comunicación es indispensable para que la imagen de un candidato y los mensajes del partido sean compartidos con la población a fin de ganar el favor de la población. Las campañas electorales son momentos clave en los que se puede solicitar formalmente la delegación del voto para un cargo público; para lo que se debe conseguir el respaldo del electorado a través de los medios necesarios (Castells 2010, p. 304-305). Así, el público es el receptor de lo que los actores políticos quieren decir, un actor pasivo que puede ser inconsciente que los políticos – o los medios de comunicación – han decidido que cierta información sea más notoria que otra.

Los medios de comunicación otorgan un marco interpretativo de la política y sus actores por medio del uso del discurso, las palabras escogidas para tratar ciertos temas pueden cambiar una connotación de negativa a positiva o viceversa. De igual manera, la frecuencia con la que se mencione un tema en particular puede definir si este será o no olvidado rápidamente. En este caso, la frecuencia con la que se repiten ciertos títulos o se mencionan personajes o personajes, define la relevancia de la noticia para el televidente, lector u oyente

(García Llorens, 2013, p.) Eldiers (2000) señala que los medios de comunicación pueden, al seleccionar y hacer énfasis en ciertos temas, dar a conocer su posición política desde un perfil ideológico particular. Ello es parcialmente cierto para el caso de Loreto, sin embargo, la mayor diferencia es que los medios no responden a una ideología ni línea de pensamiento particular, sino a los intereses privados de sus dueños y quienes lo financian.

El escenario particular de la región de Loreto, en la que gran parte de las campañas electorales se desarrollan entre portadas y titulares de periódicos, y recuentos noticieros, radiales y televisivos, responde más a la política mediática que plantea Manuel Castells. Una de las principales características de esta es la personalización de la política, en la que “el factor clave que decide el resultado de la campaña es la proyección positiva o negativa del candidato en la mente de los votantes” (Castells, 2010, p. 314). Reconociendo que los movimientos regionales – así como los partidos políticos – son altamente personalistas, la imagen de la cara principal del movimiento o partido es uno de los factores más importantes para ejercer un voto a su favor o en su contra.

La máxima cualidad de la que puede presumir un aspirante a líder es la honradez, que debe ser evidente y reconocible como un rasgo de su personalidad ante la opinión pública a fin de que la población confíe en cederle el poder (Como se cita en Castells, 2010, p. 314). En un escenario de partidos y movimientos personalistas que se mueven únicamente por la labor de sus líderes, la imagen pública de este personaje es lo primero que se observa para decidir si merece o no el voto. La identificación con el candidato es fundamental para generar un vínculo con los votantes, el que exista un juego de poder detrás de los medios contribuye a la construcción de una crisis de legitimidad política.

En ese sentido, es entendible cómo y por qué la política del escándalo y el ataque personal son tan usadas en la región. En palabras de Castells, “la política del escándalo es una forma de lucha por el poder más enraizada y típica que el desarrollo ordenado de la competencia política de acuerdo a las leyes del estado (2010, p. 322). Los ataques personales, son la mejor manera de destruir la imagen pública de la que dependen los candidatos. La institucionalización de

esta práctica solo refleja la importancia del manejo de la manera de ver al candidato o candidata frente a la opinión pública.

Los medios de comunicación pueden ser divididos en dos tipos: medios tradicionales que responden a grupos de interés, y medios independientes que trabajan, en la mayoría de casos, a través de plataformas digitales. Arévalo y Sosa explican que en el caso de Loreto, la práctica de compra y uso de espacios en medios de comunicación es poco discreta como estrategia por el hecho que existen distintas organizaciones que desean el acceso a estos espacios (2016, p. 153). Argumentan que los medios independientes se convirtieron en las “piezas intercambiables” que podían usar las organizaciones políticas para hacer campaña positiva hacia ellos y negativa hacia sus opositores. Estos medios funcionaban a través del arrendamiento de espacios para la emisión de programas con contenido político o comerciales con los mismos fines.

“Aunque el deber de un periodista sea decir la verdad, los medios de comunicación venden sus espacios al mejor postor [...] así como se les para decir cosas buenas, se les paga para callar, también se les paga por su silencio”. Entrevista a Jorge Carrillo, 2020

“[el rol de los medios de comunicación en la política] Es un tema muy importante que hay que tocarle con pinza. Los medios de comunicación ahorita se han deformado porque ahorita se hay un tema de parcialización. Sinceramente yo he visto algo cochino en la política en particular de mi región. Cada candidato comienza a armar y jala sus medios de comunicación. Ese es el tema que los medios de comunicación comienzan a parcializarse por un candidato. Esa consecuencia de parcialización ya no se hace una participación democrática con mayor información y llegar a la veracidad. Ya no. Ya no hay ese espacio de propuestas para mejorar nuestra región, nuestra provincia; sino que comienza a profundizar los conflictos entre candidatos. Eso es lo que he visto últimamente. Sería uno de los mecanismos que los medios de comunicación tienen que tener una imparcialización en este proceso

electoral para que nuestro electorado, nuestro pueblo, tome conciencia de buena fe con esa información que los medios estarían brindando”.  
Entrevista a Diana López, 2020

Este accionar no lo realizaba únicamente los medios independientes; por el contrario, el uso de los medios tradicionales traería más beneficios para quien los compre pues son los más usados en la región. De acuerdo a la entrevista 3, la radio es el medio de comunicación más usado, seguido por la televisión y los periódicos; estos son útiles para los políticos a través de la adquisición de espacios. En el caso de Fuerza Loretana, el líder, Yván Vásquez es dueño del canal de televisión “Omagua TV” y de Radio Astoria.

Un ejemplo del uso de los medios de comunicación nos brinda la investigación de Arévalo y Sosa, quienes a través testimonios encuentran que la regidora de Maynas – y luego candidata a la alcaldesa -, Adela Jiménez y su esposo, junto con Lincoln Cornejo, dueño del diario “La Región”, tenían acceso a los medios de comunicación, aprovecharon para acusar al gobierno regional de “presuntas irregularidades” durante su gestión (Arévalo y Sosa 2016, p. 133). Las campañas de desprestigio no eran extrañas en los medios de comunicación que fuesen pagados para tales fines. De esa manera, podemos identificar que se inició una campaña de alianza entre la oposición y los grupos económicos insatisfechos en la que los medios de comunicación a los que tenían alcance fueron utilizados para desacreditar al gobierno regional a través de constantes recordatorios de los errores de su gestión y destacar cualidades de la oposición.

Al respecto, el ex consejero de Fuerza Loretana durante la gestión de 2010-2014, considera que los medios de comunicación se asociaron y fueron cooptados por el presidente del MIL, Meléndez, para hacer una “contracampaña” hacia Vásquez y su gobierno. Desde su punto de vista, la prensa local y nacional se alió bajo las figuras de Manuel Rosas (entonces locutor de radio “Karibeña”) y León Lúcar (locutor de Radio Exitosa Noticias) y se inventaban argumentos para

fortalecer el discurso de odio<sup>15</sup>. El mismo escenario se viviría años después hacia Meléndez, quien repudió el accionar de los medios acusándolo de vínculos con el narcotráfico.

De acuerdo a la investigación de Castells, “las imágenes negativas tienen un mayor efecto en el comportamiento electoral que las positivas, convirtiéndose en el arma más eficaz de la política mediática” (2010, p. 317). El accionar de los medios sobre el gobierno de Vásquez fue minando la imagen pública que construyó como político desde su primera alcaldía en Maynas; más allá de ello, afecta a todo actor político que no pueda entrar al juego de compra y venta de espacios en los medios de comunicación para defenderse o responder al ataque.

Arugete señala que los actores políticos reaccionan ante el supuesto que los medios tienen influencia sobre la opinión pública; así, es su deber “adoptar los temas cubiertos y seguir a los medios” (2017, p. 46). En la región se reconoce el valor que los medios de comunicación tienen al formar la opinión pública, a tal punto que los actores políticos están dispuestos a comprar espacios en periódicos, radio y televisión para que sus mensajes (ya sea positivos hacia ellos, o negativos hacia sus competidores) sea escuchado.

Frente a este escenario caracterizado por su maleabilidad y que responde a intereses propios y de quienes puedan financiarlos, García Llorens señala que esta “consolidación mediática” no es compatible con el ejercicio de la democracia porque no permite el ejercicio adecuado de la labor periodística que es la de guardián de la democracia (*watchdog*) (2013, p. 234).

Entonces resulta pertinente cuestionar hasta qué punto se puede permitir que los medios de comunicación impacten en la decisión de la población. En la región estos son necesarios, pues es la manera de llegar a toda la población; sin embargo, la dinámica de compra y alquiler de espacios con un gran poder de *agenda setting* es peligroso para la democracia. La información que se presenta a la población es restringida y va de acuerdo a lo que la persona con más recursos económicos durante la campaña quiera que vaya en los espacios que

---

<sup>15</sup> Cita “Si llovía era culpa de Yván [...] todo lo que pasaba en la región era culpa de Yván” (Mauro López, 2019)

haya comprado o alquilado. En consecuencia, ya no se puede “elegir bien” a una autoridad porque todos tienen a un medio defendiendo sus intereses.



## 5. CONCLUSIONES:

En general, hay cuatro elementos presentes en las investigaciones que buscan explicar los factores que llevan al éxito a alguna organización política, entre las que se incluye a los movimientos regionales. Conocer estos factores es particularmente interesante en aquellas organizaciones que han gozado de gran éxito electoral en un periodo sostenido en el tiempo. Al investigar sobre el tema podemos reconocer la existencia de factores exógenos y endógenos que conllevan a una situación en la que una organización política “monopolice” el poder. Estos factores son las alianzas estratégicas con líderes locales, el atractivo que representa una maquinaria competitiva, el posible personalismo – e incluso caudillismo – al interior de las organizaciones políticas y el posible escenario de corrupción que se puede generar alrededor de una autoridad para mantenerla en el poder.

La investigación presentada en los capítulos anteriores incluye, de alguna manera, los factores mencionados en el párrafo anterior. La tesis se ha propuesto encontrar las variables que conllevaron al éxito electoral de Fuerza Loretana. Durante la realización de la investigación surgieron más preguntas para encontrar la respuesta ideal; estas estuvieron relacionadas con la historia del movimiento, la posibilidad que este movimiento fuera en realidad un partido regional y las estrategias políticas usadas en la región para tener éxito.

En primer lugar, revisando la historia de formación del movimiento, se hizo evidente que las alianzas estratégicas establecidas durante los inicios del movimiento, en los años noventa, fue una variable clave que otorgó ventaja al movimiento estudiado por sobre otras organizaciones políticas que entraron a la carrera política por los mismos años.

En segundo lugar, la investigación buscó analizar la organización interna del movimiento. Este factor tiene una baja presencia en las investigaciones respecto a movimientos regionales precisamente porque es una de sus principales carencias de este tipo de organización política. Estamos acostumbrados a ver movimientos que nacen únicamente con el fin de participar en procesos electorales, fundados por “empresarios políticos” que ven en el

aparato estatal una fuente de ingresos y beneficios personales. Con estas características, la preconcepción de los movimientos es que no son organizaciones creadas para permanecer activas por un largo periodo de tiempo; por lo que una buena organización interna podría tener menos peso que otras características como el capital administrativo que muchos aspiran a poseer.

En tercer lugar, la investigación buscó entender las dinámicas de acceso a la población exitosas por parte de las organizaciones políticas. Se logró reconocer que es necesario contar con maquinarias capaces de llegar a toda la población por la dificultad de acceso a muchas comunidades debido a la accidentada geografía. Sin una maquinaria mínimamente capaz de movilizar recursos humanos y económicos, los candidatos y candidatas regionales no podrían ser reconocidos por toda la población, afectando sus posibilidades de ganar las elecciones

Como parte de las dinámicas de acceso, la investigación parte de reconocer que toda organización política ha ejercido, y seguirá ejerciendo, estrategias clientelares de diferente índole. Las más conocidas actualmente son las estrategias que se desarrollan durante la época de campaña electoral; durante esta temporada el objetivo es atraer a la mayor cantidad de personas posibles a las actividades realizadas por la organización. Sin perjuicio de lo anterior, la investigación encuentra que aún se mantienen estrategias clientelares relacionales; en las que la idea es trabajar más de cerca con la población y ganarse su favor a través del voto al brindarles un bien o un servicio que vean a tractivo. Esta situación puede parecer a primera vista como se desnaturalización del ejercicio político; sin embargo, para las personas beneficiadas representa más una actividad cotidiana y necesaria. Esto es porque los “regalos” que reciben cubren ciertas necesidades; es decir, les brindan una manera de subsistir.

Por último, para entender qué hace especial a Fuerza Loreтана se debe también ver las dinámicas políticas que mantienen, su manera de interactuar con otros trabajadores y trabajadoras. La participación activa en el juego de los medios de comunicación se ha convertido en necesidad de las organizaciones políticas y de candidatos en la región de Loreto.

Con ello en mente, la investigación encontró en primer lugar que el apoyo logístico, el préstamo de capital administrativo y la base social provista por UNIPOL, fue un factor determinante para el éxito inicial de Fuerza Loretana. Este fue un factor con el que otras organizaciones políticas no contaron y que ayudó de sobremanera a que el movimiento, y su líder Vásquez, fueran reconocidos de tal manera que lograra ganar las elecciones provinciales de Maynas en 1998. El resultado del apoyo de UNIPOL a Fuerza Loretana resultó en convertir a esta última en una organización política con conocimientos y herramientas para extenderse en el territorio de la región en una época en la que esta estrategia no había sido explorada por intereses políticos.

Hubo, sin embargo, un elemento que facilitó el enraizamiento de Fuerza Loretana en la población en los primeros años de las campañas regionales. Este fue el escenario relativamente vacío de oferta política en la gran mayoría de la región. Como se reconoció en el desarrollo de la investigación, el visitar las comunidades alejadas y de difícil acceso desde la capital no era una estrategia utilizada por los políticos de la época. Vásquez fue uno de los primeros en apersonarse en las comunidades y compartir con ellas. Por supuesto que esta estrategia fue prontamente adoptada por otros políticos, pero el mérito de ser el primero en realizar esta estrategia política clásica aún se le reconoce. Entonces, la convergencia entre las herramientas brindadas por esta alianza estratégica y el escenario político relativamente vacío de oferta política, brindó una cuna perfecta para el desarrollo del movimiento.

La alianza estratégica con UNIPOL comenzó poco antes de las elecciones provinciales de 1995 y tuvo sus primeros resultados positivos en las elecciones de 1998, en las que Vásquez resultó elegido como alcalde de Maynas. UNIPOL aportaría una base de personas al movimiento, militantes del movimiento, que incluso postularían y ganarían alcaldías distritales en dichas elecciones bajo el sello de Fuerza Loretana. Por su parte, Ribadeneyra como persona aportaría la experiencia obtenida en materia de organización. Como Grompone y Wiener (2006) lo llaman, era un hombre “aparato”, que luego sería asesor personal de Vásquez durante su gestión. Así, el capital administrativo prestado por UNIPOL y Ribadeneyra serían claves para el primer éxito electoral de Vásquez y, junto

con las actividades políticas aplicadas por Vásquez como candidato regional, demostraría ser pieza clave para que tuviera tanto éxito en su primera elección regional.

Vásquez formaría otras alianzas estratégicas con partidos a escala nacional, como Perú Posible en el año 2000 que llevó a Ribadeneyra y otro militante al Congreso, en un intento de posicionar a Fuerza Loretana en el escenario o a nivel nacional. Aunque en 2006 y 2016, él sería el objeto de las alianzas, postulando como vicepresidente y congresista en dichos años con el partido Fuerza Democrática y Alianza Popular, respectivamente. Sin embargo, no hubo alianza más fructífera que la establecida con UNIPOL y Ribadeneyra durante los inicios políticos del movimiento.

Otra de las alianzas estratégicas de suma importancia fue la establecida con los bloques universitarios de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, llamados Fuerza Universitaria Estudiantil (FUE) en 2002, bloque que luego se convertiría en Frente de Participación Democrática (FPD) en 2003 y continuó apoyando a Vásquez. Ellos fueron pieza clave para la movilización juvenil en las elecciones regionales de 2006. La estrategia de acercarse a las organizaciones juveniles universitarias no fue implementada únicamente por Fuerza Loretana, sino que la adoptaron otros movimientos regionales también. La relación entre ambas organizaciones, juveniles y políticas, es interdependiente. Por un lado, los movimientos regionales ofrecen oportunidades laborales, financiamiento a las campañas internas de las APEUs en la universidad, y por otro lado las APEUs les ofrecen maquinaria para su campaña electoral y suma de votos a nivel local, así como su apoyo a candidaturas de determinadas autoridades universitarias si ellos llegan a tener puestos de representación en la Asamblea.

Respecto a la segunda variable, cómo la organización interna de las organizaciones políticas impacta en su desempeño electoral, se puede afirmar que Fuerza Loretana poseía una estructura organizativa que funcionó por un largo periodo de tiempo. Si bien fue creada por la necesidad de contar con un aparato que permita conectar a toda la región con el movimiento, fue una

novedad para la región en esa época; ya que no era algo que se había pensado en hacer y mucho menos por parte de un movimiento regional.

El modelo de organización presentado en el Gráfico 1 no es particularmente especial debido a que los comités de bases, zonales y distritales son una necesidad en la región para que cualquier organización política pueda tener éxito. Sin embargo, este modelo no estuvo presente en los movimientos regionales, y tampoco en los partidos políticos con presencia en Loreto. No todas las organizaciones políticas fueron capaces de adaptar este modelo para tener presencia en toda la región en miras a las primeras elecciones regionales celebradas en 2002. La gran movilización que convocaba Fuerza Loretana fue en un inicio gracias a la estrategia de Vásquez de presentarse en comunidades alejadas que eran consideradas “olvidadas” por los políticos. Este hecho es incluso reconocido por una candidata a la vicepresidencia regional de un movimiento opositor a Vásquez, quien señaló que uno de sus logros fue apersonarse en las comunidades y hacerles sentir escuchados. Esa estrategia, que podríamos considerar una necesidad, le brindó gran apoyo en sus primeras elecciones regionales y por ello también obtuvo la mayor cantidad de votos en 32 de los 50 distritos en las elecciones regionales de 2006.

Sobre el proceso de selección de candidatos en Fuerza Loretana, se puede afirmar que este no es distinto al de otras organizaciones políticas, pues prima el establecer alianzas con líderes de comunidades. Sin embargo, en lo que sí se diferencia con otras organizaciones políticas es que los candidatos que postulaban bajo el sello de Fuerza Loretana, eran parte de la militancia de la organización. La mayoría de quienes postulaban y eran militantes al momento de su postulación a los cargos de alcaldes o regidores, permanecían inscritos en el movimiento luego de los procesos electorales en los que participaron. Esta situación es particularmente interesante, puesto que aún no era requisito que los candidatos sean militantes de la organización por la que postulan y tampoco era requisito el celebrar elecciones internas en la organización política.

La inscripción como militante le permitía a los invitados tener una mayor participación en la organización interna del movimiento, al poder participar de las elecciones internas y otros procesos y actividades. Además, servía también

como una herramienta por parte del movimiento para mantener fieles a los candidatos. Otro de los logros de la organización interna es el mantener activa a la militancia a través de diferentes actividades tanto durante etapa electoral como fuera de ella. Así, vamos a un siguiente hallazgo.

La investigación encontró que el movimiento hacía uso de estrategias clientelistas de dos índoles, clientelismo electoral y clientelismo relacional. Cada una de ellas estaba orientada a un fin distinto. Por un lado, se aplicaron estrategias clientelistas de corte electoral, llamadas también “clientelismo de campaña” cuando el objetivo es atraer a personas a las actividades realizadas por la organización durante la temporada de campaña electoral. En ese sentido, Fuerza Loretana movilizaba una gran cantidad de recursos e invertía una gran cantidad de dinero en actividades atractivas para que la población participe y se visibilice el apoyo que la organización tenía en la región. Sin embargo, en casos como los de Julio C. Khan, cabe preguntarse si la estrategia aplicada se usó para asegurar votos para sí o para el movimiento en general. Lo que sí logró fue mantener a la militancia activa en lo que requería el movimiento, la presencia de la mayor cantidad de personas posible, a través de sorteos de artículos de primera necesidad, canastas de víveres, implementos deportivos y el desarrollo de actividades deportivas.

Por otro lado se encuentra el programa social “Techo Digno”, iniciativa que fue una promesa de campaña electoral de Vásquez durante su candidatura al gobierno regional en 2010. La investigación sustenta que este programa se tomó en sus inicios como estrategia clientelista electoral, pues se repartieron “techos dignos” durante la campaña a través de la modalidad de sorteos. Se realizaba un sorteo semanal, frente a un canal de televisión, y se reafirmaba la promesa de formalizar el programa una vez se convirtiera en presidente regional. Al cumplirse esta condición; es decir, una vez Vásquez consiguió la reelección en 2010, convirtió esta actividad de campaña en un programa social bajo la dirección del Gobierno Regional a través de la Dirección de Desarrollo Social.

La presente investigación considera al programa social “Techo Digno” como una estrategia clientelista en tanto los registros públicos encontrados sobre el funcionamiento del programa demuestran que este se implementó en

mayor medida en los distritos con mayor población electoral; es decir, distritos claves para ganar las elecciones. Precisamente se acusa a Vásquez (y otros) de malversación de fondos a través del programa en los distritos de Punchana y San Juan Bautista (entre otros), que representan dos de los distritos con mayor población en la provincia de Maynas. Es los distritos de mayor población electoral en los que apersonaba Yván Vásquez a participar de la entrega de las calaminas. El funcionamiento y las denuncias al programa fueron detallados en el capítulo 4.

El clientelismo relacional busca generar un vínculo de larga duración entre el político que brinda el servicio esperado y la población que lo recibe. En el caso de Techo Digno, se brindaban techos de calamina a través del gobierno regional a la población en pobreza y pobreza extrema; sin embargo, resalta que el programa beneficiara en mayor cantidad a los distritos con mayor población electoral que no resultaban ser necesariamente distritos con mayor índice de pobreza de la provincia. Así también, hubo graves denuncias públicas que el programa era utilizado para beneficiar a simpatizantes del movimiento.

Por último, un hallazgo inesperado, pero de gran impacto en la investigación, es el rol que juegan los medios de comunicación en el desarrollo de la política en la región. Se reconoce en primer lugar la importancia que tienen los medios de comunicación en la percepción de la población acerca de candidatos y autoridades políticas, especialmente en temporada electoral. Sin embargo, el rol de los medios, especialmente los televisivos y radiales, va más allá del deber de estos de reportar e informar a la población. Por el contrario, tener el control sobre los medios de comunicación es considerado fundamental para poder siquiera considerar que un candidato “está en carrera”.

La dinámica entre los medios de comunicación y los actores políticos de la región se desarrolla a través de la compra y alquiler de espacios periodístico o de la totalidad de los medios. Durante la investigación se hizo evidente que la situación de la compra de medios es un punto sensible para la población porque se asume, desde que inicia la temporada electoral, que un candidato o movimiento va a comprar a un medio, un espacio e incluso a un periodista, para que le defienda y gozar de un espacio para atacar a sus adversarios.

Así, los medios de comunicación de la región son actores políticos altamente volátiles, piezas intercambiables que responden al dinero que se invierte en ellos. Al tener gran influencia en la percepción de la población sobre candidatos y autoridades políticas, son decisivas entorno a la formación de la imagen pública de un candidato. Los medios de comunicación son usados para moldear figuras públicas. La teoría de la política mediática que plantea Castells hace alusión a que el factor clave que decide el resultado de la campaña es la proyección positiva o negativa del candidato en la mente del electorado. El pago a los medios de comunicación y sus periodistas no solo es para que al momento de entrevistar a los candidatos se hable bien de ellos, sino que se ataque a la oposición más fuerte, especialmente su carácter o su pasado. La compra-venta de espacios en los medios de comunicación degenera la labor investigadora del periodismo y genera un sesgo a favor de quien ofrezca mayores recursos económicos.

Esta dinámica con los medios de comunicación fue el arma de doble filo para el movimiento; puesto que cuando gozaba de mayor legitimidad por parte de la población, el movimiento podía usar los medios para tener ventaja por sobre sus opositores. Sin embargo, conforme se fueron desarrollando los eventos de la obra del alcantarillado, la legitimidad de Vásquez cayó y los medios tuvieron más contenido para atacarle.

Como reflexión final, es necesario enmarcar la investigación en los problemas de institucionalidad de la política en el contexto subnacional. Es evidente que hay un gran descontento por parte de la población sobre las autoridades que nosotros, a través del voto, elegimos. Cabe preguntarse entonces por qué emitimos un voto con el que estaremos tan inconformes. Si nos dejamos llevar por quienes ofrecen más bienes y servicios durante las campañas electorales, ¿no se está perpetuando un sistema en el que la única forma de participar de política es ofreciendo bienes y servicios? En ese sentido, ganaría finalmente quien pueda ofrecer más bienes y más servicios; lo que implícitamente significa que gana la persona con mayor capital económico para invertir en la campaña.

Como Muñoz (2019) ha demostrado, la población electoral espera recibir de los candidatos y candidatas bienes y servicios que satisfagan sus necesidades durante la época electoral. Como se mencionó, este hallazgo implica que desde el inicio de la carrera electoral, ya hay quienes comienzan con una gran ventaja gracias al financiamiento.

En el otro lado de la moneda, ¿es tan malo que entreguen bienes y servicios si al fin y al cabo es lo que la población necesita? No es posible regular este tipo de actividades. Restringir cuántas pelotas se pueden repartir, cuántas polladas o chocolates se pueden organizar, solo va a llevar a un descontento de la clase política que no beneficiaría en nada a la población, pues son ellos quienes esperan las canastas de víveres u otros bienes.

El caso de Fuerza Loretana pone en evidencia lo que los movimientos regionales debieron ser de manera ideal, organizaciones propias de la región interesadas por mantener conexiones con la población de toda la región y defender así sus interés. Aunque Fuerza Loretana comenzó con “el pie derecho” demostró, finalmente, que una vez en el poder, el camino por compartir una ideología, los esfuerzos por mantener un aparato organizado y el propio atractivo del movimiento, va desgastándose. Por lo que permanecemos con organizaciones que no representan los intereses de nadie e incluso es común – lamentablemente – ver una gran cantidad de autoridades y ex autoridades regionales investigados por una serie de delitos de lavado de activos, enriquecimiento ilícito y corrupción en sus diferentes modalidades.

Sin embargo, nuevamente, cuando ya se institucionalizó una serie de requisitos para que una organización sea considerada una opción viable, cómo cambiar la concepción en la mente de la población. Por ejemplo, si todo el mundo organiza campeonatos de fútbol para sus actividades durante campaña, cuando un candidato no lo haga, pierde toda posibilidad de poder ser considerado por la población.

Considero que se debe seguir investigando los factores que influyen en decidir por qué candidato votar. Incluso desde la pregunta que planteo ya hay una línea de investigación, por qué hablar de candidatos cuando lo que

deberíamos buscar es organizaciones políticas. Cómo volver a instaurar la confianza en las instituciones en las que ya nadie confía.

La descentralización del estado ha fallado. Contamos con gobiernos regionales y locales incapaces de ejecutar eficientemente el presupuesto asignado, resultando en una población insatisfecha y desconfiada del trabajo de las autoridades. Por supuesto, no debemos quitarle el valor humano a estas instituciones porque, finalmente, son las propias personas las que deben tener incentivos para trabajar por el bien de su región. ¿Qué incentivos tiene la persona que incurre en política entonces? Últimamente, la mayoría de incentivos de los “empresarios políticos” son las ganancias económicas que el puesto les pueda otorgar, lo que explica por qué están dispuestos a invertir grandes sumas de dinero en sus campañas.

La manera de hacer campaña también ha cambiado. En el caso de Loreto, la estrategia de Vásquez de acercarse a las comunidades más alejadas y prestarles su voz podría tomarse como una obviedad y sin embargo, no fue una estrategia aplicada antes que él lo hiciera. Resulta lógico ahora que los candidatos tengan que realizar eventos, estrechar manos y demás; la pregunta es qué tanto funciona esta estrategia todavía. Qué tanto impacto puede tener la visita de un candidato que va a la comunidad con las manos vacías.

Ahora a ello se le tiene que sumar la inversión económica que el alquiler o compra de medios de comunicación representa. En el caso loretano se ha hecho gran énfasis en que se necesita ser parte de la dinámica de compra y alquiler de medios para siquiera tener la oportunidad de participar en las elecciones en el sentido en que sin este apoyo la campaña no tendría rebote y el candidato no alcanzaría a presentarse ante la población.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Arévalo, R. (2015) La dinámica política a nivel subnacional: La estabilidad en la gestión de César Ivarez (2006-2013). Disponible en <http://hdl.handle.net/20.500.12404/10273>

Barrenechea, R. (2014). *Becas, bases y votos: Alianza para el Progreso y la política subnacional en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

Campos, M. (2017) Transfuguismo y reelección: ¿una forma de sobrevivir en la política?, en Tuesta Soldevilla (Editor): *Perú: Elecciones 2016. Un país dividido y un resultado inesperado*. Lima: Fondo Editorial de la PUCP

Chávez, N. (2017) Los circuitos políticos: incentivos para la actividad política de los estudiantes universitarios. El caso de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana – Iquitos, 2002-2012. (Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima)

Cooperman, A. (2019) *Trading Favors: Local Politics and Development in Brazil*. University of Columbia: New York. Disponible en [https://aliciacooperman.com/cooperman\\_repal/](https://aliciacooperman.com/cooperman_repal/)

Freidenberg, F. (2015) Las reformas pendientes: los retos de los partidos políticos, frente a la gobernabilidad democrática en América Latina, en UNAM/IIS: *Gobernabilidad democrática*. México: UNAM.

Ganaja, M. (2014) Elecciones regionales 2002-2010: el éxito de los movimientos regionales en Ucayali. (Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú)

Grompone, R. & Wiener, E. (2006) *La controvertida influencia de los movimientos regionales*. Lima: IEP, Grupo Propuesta Ciudadana

Hale, H. (2006) *Why not parties in Russia? Democracy, Federalism and the State*. Nueva York: Cambridge University Press

INEI (2009) *Perfil Sociodemográfico del Departamento de Loreto*

Kitschelt, H., Wilkinson, I. (2007) *Patrons, Clients and Policies: Patterns of democratic accountability and political competition*

Kitschelt, H., & University of Cambridge. (2010). *Latin American party systems*. Cambridge ; Nueva York: Cambridge University.

Melgar, S. (2017) La red de la Bestia: la construcción de redes de corrupción en los gobiernos subnacionales, el caso de César Ivarez en ncash. En Revista

de Ciencia Política y Gobierno, año 4, n° 8. 2017. Disponible en <https://doi.org/10.18800/rcpg.201702.006>

Muñoz, P. (2016) Clientelismo de campaña, obrismo y corrupción: baja accountability democrática en el Perú. En Jorge Aragón (Ed.) *Participación, competencia y representación política* (pp 159-178). Lima, Perú: Fondo Editorial del Jurado Nacional de Elecciones.

Muñoz Chirinos, P. (2019). *Buying Audiences: Clientelism and Electoral Campaigns When Parties Are Weak*. Cambridge University Press.

Nichter, S. (2010) Politics and Poverty: Electoral Clientelism in Latin America (Doctoral dissertation, Berkeley University, Los Angeles, California) Disponible en <https://escholarship.org/uc/item/7g18v9sx>

Resolución N° 348-2013-TC-S1 [Tribunal de Contrataciones del Estado] Sancionar a la empresa CARPAT RECURSOS HUMANOS S.A.C (actualmente CROMATEC S.A.C.) por prestar documentación inexacta en el marco de la Licitación Pública por Subasta Inversa Presencial N° 001-2012-GRL-CE para la adquisición de calumnias de acero galvanizado corrugado 0.23 MM x 810 X 1800 MM para la implementación del programa social Techo Digno. 30 de octubre de 2012. Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado.

Samaniego, N. (2015) Surgimiento, recursos y estrategias de un líder para lograr mantenerse en el poder: El caso del distrito de La Perla (Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú)

Stokes, S. C., Dunning, T., Nazareno, M., & Valeria, A. (2013). Brokers, voters, and clientelism: The puzzle of distributive politics.

Tanaka, M., Meléndez, C. (2014) The Future of Peru's Brokered Democracy. En Diego Abente and Larry Diamond (Eds.) *Clientelism, social policy and the Quality of Democracy* (pp 65-87). Maryland, New York: Johns Hopkins University Press

Zavaleta, M. (2014) Coaliciones de independientes: Las reglas no escritas de la política electoral. Instituto de Estudios Peruanos: Lima

#### Fuentes periodísticas:

Carbajal, D. (2018, junio 22) Loreto: 17 partidos políticos inscriben a sus candidatos al gobierno regional. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/peru/loreto/loreto-partidos-politicos-inscriben-17-candidatos-gobierno-regional-noticia-529915>

Liza, V. (2016, diciembre 20) Condenan a Yván Vásquez a prisión, pero se retira en plena audiencia. La Mula. Recuperado de <https://redaccion.lamula.pe/2016/12/20/yvan-vasquez-loreto/victorliza/>

America TV (2016) Iquitos: ex gobernador regional Yván Vásquez fue condenado a 6 años. Lima: Perú. Fecha de Consulta: 26 de setiembre de 2019 <https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/iquitos-ex-presidente-regional-yvan-vasquez-fue-condenado-6-anos-n258580>

García, F. El Comercio (2016, setiembre 12) La fiscalía pedirá 19 años de prisión para Yván Vásquez. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/peru/loreto/fiscalia-pedira-19-anos-prision-yvan-vasquez-212616-noticia/>

La Región (2013, noviembre 15) Presidente de la región entregó más de 22 mil planchas de calamina de programa «Techo Digno» a alcalde de Punchana. *La Región*. Recuperado de <https://diariolaregion.com/web/presidente-de-la-region-entrego-mas-de-22-mil-planchas-de-calamina-de-programa-techo-digno-a-alcalde-de-punchana/>

Periódico Luz Verde (2017, noviembre 19) La lucha del frente empezó cuando mataron a nuestro primer regidor. *Periódico Luz Verde*. Recuperado de <http://www.periodicoluzverdeloreto.com/la-lucha-del-frente-empezo-cuando-mataron-primer-regidor/>

Periódico Luz Verde (2018, enero 25) Dictan comparecencia restrictiva para alcalde de San Pablo. *Periódico Luz Verde*. Recuperado de <http://www.periodicoluzverdeloreto.com/dictan-comparecencia-restrictiva-alcalde-san-pablo/>

Pro y Contra (2019, noviembre 14) Alcaldes de Maynas que quisieron ser congresistas. Recuperado de: <http://proycontra.com.pe/alcaldes-de-maynas-que-quisieron-ser-congresistas/>

Ríos, R. (2014, enero 15) “Techo digno” beneficia a simpatizantes de fuerza loretana. *Diario Pro y Contra*. Recuperado de <http://proycontra.com.pe/techo-digno-beneficia-a-simpatizantes-de-fuerza-loretana/>

Regionloreto (2012, octubre 30) GOREL Techo Digno Emilio San Martín [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=FsTeRG-90M0>

Herrera, M. (2012, enero 30) Graves incongruencias en la convocatoria para adquirir 01 millón 102,500 planchas de calaminas. *Diario La Región*. Recuperado de <https://diariolaregion.com/web/graves-incongruencias-en-la-convocatoria-para-adquirir-01-millon-102500-planchas-de-calaminas/>

Herrera, M. (2013, mayo 28) Declara nulidad del proceso de adquisición de calaminas para programa «Techo Digno». *Diario La Región*. Recuperado de <https://diariolaregion.com/web/declara-nulidad-del-proceso-de-adquisicion-de-calaminas-para-programa-techo-digno/comment-page-1/>

7. ANEXOS**Anexo 1: Lista de entrevistados**

Entrevistados y entrevistadas	Relevancia
Entrevista 1	Ex autoridad provincial Militante del movimiento regional MI LORETO
Entrevista 2	Abogada – MINEDU oficina descentralizada de Loreto
Yván Vásquez	Ex gobernador regional (2006-2014) Líder del movimiento Fuerza Loretana
Mauro López	Ex consejero regional (2010-2014) Militante de Fuerza Loretana
Wagner Mussoline	Ex consejero regional (2010-2014) Ex candidato a alcalde provincial de Datem del Marañón (2014) Militante de Fuerza Loretana
Percy Cubas	Candidato a la alcaldía de Punchana, Iquitos (2022) Militante de Fuerza Loretana
Martha Vargas	Periodista y reportera para RPP (corresponsal de Iquitos) – consultora de medios
Diana Lopez	Periodista – Diario La Región
Jorge Carrillo	Corresponsal RPP – Iquitos Profesor universitario

**Anexo 2: Organizaciones políticas que participaron de los procesos electorales 2002, 2006, 2010 y 2014**

ERM 2002	ERM 2006
UNIPOL	FUERZA LORETANA
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE FUERZA LORETANA	RESTAURACION NACIONAL
PERU POSIBLE	MOVIMIENTO POLITICO REGIONAL UNIPOL
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE NUEVA AMAZONIA	ACCION POPULAR
ALIANZA ELECTORAL UNIDAD NACIONAL	FRENTE INDEPENDIENTE DE LORETO
UNIPOL	PARTIDO APRISTA PERUANO
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE FUERZA LORETANA	PARTIDO NACIONALISTA PERUANO
PERU POSIBLE	UNION POR EL PERU
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE NUEVA AMAZONIA	FRENTE POPULAR AGRICOLA FIA DEL PERU - FREPAP
ALIANZA ELECTORAL UNIDAD NACIONAL	MOVIMIENTO POLITICO INDEPENDIENTE REGIONAL MOTOR DEL DESARROLLO
	BLOQUE POPULAR AMAZONICO

ERM 2010	ERM 2014
MOVIMIENTO ESPERANZA REGION AMAZONICA	MOVIMIENTO INTEGRACION LORETANA
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE LORETO - MI LORETO	FUERZA LORETANA
MOVIMIENTO INDEPENDIENTE INTEGRACION LORETANA	MOVIMIENTO INDEPENDIENTE LORETO - MI LORETO
MOVIMIENTO POLITICO REGIONAL UNIPOL	MOVIMIENTO ESPERANZA REGION AMAZONICA
LORETO RESTAURADO	ACCION POPULAR
ACCION POPULAR	ALIANZA PARA EL PROGRESO
PARTIDO APRISTA PERUANO	MOVIMIENTO POLITICO REGIONAL UNIPOL
RESTAURACION NACIONAL	
FONAVISTAS DEL PERU	