

**ELECCIONES EN SAN BERNARDO DEL VIENTO - CÓRDOBA:
TRANSFORMACIÓN DE LAS REDES DE CLIENTELA LOCALES, 1988 – 2011**

JORGE AGUSTÍN AGÁMEZ ORTEGA

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
PREGRADO DE CIENCIA POLÍTICA
MEDELLÍN**

2016

**ELECCIONES EN SAN BERNARDO DEL VIENTO - CÓRDOBA:
TRANSFORMACIÓN DE LAS REDES DE CLIENTELA LOCALES, 1988 – 2011**

JORGE AGUSTÍN AGÁMEZ ORTEGA

**Trabajo de Grado para optar al título de
Politólogo**

Asesor:

JOHN FREDY BEDOYA MARULANDA
Economista y Magister en Ciencia Política

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
PREGRADO DE CIENCIA POLÍTICA
MEDELLÍN
2016

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecerle en primer lugar a Dios, porque sin él nada es posible, por permitirme sonreír ante mis logros, y por haberme permitido estudiar en la gloriosa Universidad de Antioquia. Agradezco en segundo lugar a mis familiares y amigos por el apoyo incondicional, en especial a mi madre, porque el mejor pretexto para cumplir mis metas es llenarla de orgullo, y sé que la consecución de ellas no sería posible sin su apoyo. También a mi padre, que con su ejemplo de perseverancia y superación, me enseña cada día a ver en todo oportunidades de éxito.

A mi asesor, John Fredy Bedoya Marulanda, muchas gracias por compartirme su conocimiento y guiarme en este camino, su paciencia y pedagogía fueron muy valiosas en este proceso, ahí es cuando uno comprende que la docencia más que la formación académica va de la mano con la vocación.

De igual manera, agradezco a todas las personas de mi querido pueblo San Bernardo del Viento que aportaron sus valiosas experiencias y permitieron que este trabajo se nutriera de cada conversación sostenida; mi orgullo por todo lo que representamos los sanbernandinos no se puede ocultar cuando veo materializado este trabajo.

En último lugar y no menos importante, agradezco a mi Maestro y Profesor Ramiro Vélez, que a través de su amistad me inculcó el amor a la Ciencia Política, y por enseñarme que los títulos académicos pierden validez si uno no es capaz de poder compartir el conocimiento.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	7
1. MARCO TEÓRICO: CLIENTELISMO E IDENTIDAD PARTIDARIA.....	14
2. MARCO METODOLÓGICO: RECONSTRUCCIÓN DE LOS PROCESOS ELECTORALES.....	24
3. SAN BERNARDO DEL VIENTO: POLÍTICA Y TRADICIÓN.....	29
4. IDENTIDAD PARTIDARIA Y REDES DE CLIENTELA: CONSOLIDACIÓN TERRITORIAL DE LAS DINÁMICAS PARTIDISTAS.....	37
5. CONCLUSIONES.....	46
REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA	49

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Alcaldes de San Bernardo del Viento desde 1988.....	8
Tabla 2. Matriz categorial.	27

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Grupos liberales de San Bernardo del Viento, 1988.....	31
Figura 2. Procesos de transformación identitaria y de las Redes de Clientelas en SBV.	45

INTRODUCCIÓN

El asunto de la participación política en escenarios electorales, invita a pensar la democracia de este tiempo, el tipo de actores que se empiezan a configurar en las lógicas del poder y la forma en que acceden a él por medios electorales. De este modo el estudio de la conducta electoral se hace necesario, no solo desde el ámbito del ciudadano sino de todos los implicados en dicho contexto. En este sentido, se debe centrar la atención en explicar las diferentes prácticas que existen alrededor de los escenarios democráticos, prácticas que pueden ser formales e informales.

El interés de este trabajo está puesto en la segunda, más exactamente en la Participación Política electoral y de cómo está sustentada por el Clientelismo Político como representación de la realidad colombiana. Esta investigación se centra en el análisis del caso de San Bernardo del Viento (SBV) - Córdoba, en donde los resultados de sus comicios hace sospechar, en primera instancia, que este proceso de Participación Política está sustentada por de Redes de Clientela (RC).

Desde la primera elección popular de alcaldes en el año 1988, siete de los nueve que ha tenido este municipio de Córdoba, fueron adscritos al Partido Liberal, mientras que los dos restantes al Partido Conservador y el Partido de la U (ver ilustración 1). El primero no ha representado un proceso, puesto que solo fue una administración; y el segundo proviene de sendas liberales, así que aún con esas dos excepciones la tendencia no pierde fuerza. Este elemento de largo plazo, es por ello que se parte de la hipótesis que han existido Redes Clientelares alrededor de los miembros partidistas fuertes en el territorio, que han ostentado en el largo plazo el poder y que han estado vigentes a través de los años en los procesos electorales.

Tabla 1. Alcaldes de San Bernardo del Viento desde 1988.

ALCALDE	PARTIDO	AÑO
Albert Behaine Negrete	Partido Liberal	1988 - 1990
Miguel Oscar Negrete	Partido Liberal	1990 - 1992
Luis Alberto Castillo	Movimiento Liberal Independiente	1992 - 1994
Pedro López Aguilera	Movimiento Liberal Independiente	1994 - 1996
Luis Alberto Rojas	Movimiento Liberal Independiente	1997 - 1999
Amada Genes Negrete	Partido Liberal	2000 - 2003
Wilson Negrete Flores	Partido Conservador	2004 – 2007
Efrén Pérez Lora	Partido Liberal	2008 – 2011
Luis López Arteaga	Partido de la Unión Nacional	2012 - 2015

Fuente: construcción propia con datos de la Registraduría Nacional.

Así, esta tendencia de largo plazo hace creer entonces que los procesos electorales de SBV han estado marcados por una fuerte influencia de las RC, el elemento de la estabilidad de los partidos en el poder es totalmente claro en este caso. Estas RC pueden tener relaciones con otros elementos constitutivos en la cultura política del Municipio, como la identificación Partidaria, puesto que comparten factores que configuran vínculos afectivos o que se refieren a conjuntos de actitudes políticas que se han formado en torno a todos los procesos de participación (Aguilar, 2008). Actitudes políticas como: sentido de pertenecía con el partido, niveles de adherencia, las actitudes políticas, el peso de las experiencias y las influencias de los factores sociales, pero es algo por comprobar.

Ahora bien, ya planteado el interés de la investigación y expuesto el caso a analizar, es importante conceptualizar el tema del Clientelismo y de las Redes de Clientela.

El clientelismo puede definirse en un primer momento como un Sistema informal de intercambio de favores entre interesados por el acceso a ciertos beneficios públicos que se utilizan para el interés privado. Ese intercambio, por lo general, se basa en bienes tangibles e intangibles, y responde a los intereses particulares de cada uno de los actores en la relación. (Acuña, 2009, p. 27)

Estas prácticas entendidas como Clientelismo, terminan influenciando el sistema político de un país, y en este caso, el de Colombia, donde los procesos electorales han estado fraguados por

diferentes intercambios informales que terminan institucionalizando formas de hacer política desde el partido. Aunque se puede señalar con exactitud la génesis del clientelismo, debido a la complejidad de esta práctica y que a través de la historia la transacción de favores en todas sus modalidades se han dado en los escenarios de poder, por ello autores como Trotta (2003) apuntan a que el clientelismo es inherente a los procesos democráticos de los países, puesto que es una relación social y como cualquier relación involucra actores, que dentro del sistema político siempre estarán fraguando distintos acuerdos para la búsqueda de los ideales. El clientelismo así, siempre ha existido en distintos matices.

Lo que sí se puede identificar en Colombia es un momento importante de este: su configuración de forma institucional a partir del Frente Nacional, cuando en el año 1958 empieza una serie de acuerdos partidarios formales por la ostentación del poder entre los partidos Liberal y Conservador. Lo que representa el proceso del Frente Nacional para el Clientelismo es importante, porque es un momento donde los acuerdos se formalizan y dejan de tratarse detrás de bambalinas de los escenarios políticos.

Para esto se reunieron Laureano Gómez, jefe del partido conservador, y Alberto Lleras Camargo, jefe del liberal, y convinieron un acuerdo que permitiera garantizar la estabilidad de los partidos, sin temor a no acceder a cargos públicos o a ser derrocados por un golpe de Estado. (Araoz, 1977, p. 22)

Este fenómeno abrió la puerta para que las prácticas clientelares se convirtieran en elementos articuladores entre los Partidos Políticos, Sociedad Civil, Sectores Económicos y el Estado. Así, la forma de conseguir votos se consolidó a través de una serie de acuerdos por parte de los Partidos para lograr la estabilidad política (Araoz, 1977). De este modo es posible afirmar que este fenómeno configura Redes de Clientela (RC), cadenas de interacciones informales sobre la consecución del poder, lo que supone una configuración compleja de interacciones, es decir, diferentes procesos que dan cuenta de un largo plazo. Los partidos políticos en Colombia y las RC van de la mano, y la configuración de estas corresponde a prácticas arraigadas en el sistema Político Nacional.

Al considerar al clientelismo como una “institución informal” en términos de O' Donnell, implica que ésta sea conocida, aceptada y efectiva, así no cuente con personalidad jurídica ni identidad formal reconocible. Dicho de otra manera, así el clientelismo sea

fuertemente practicado y aceptado dentro de unas relaciones clientelares, éstas no necesitan ser aprobadas normativamente. Por el contrario estas relaciones están basadas en entendimientos y mecanismos informales, aun cuando existan altos niveles de compromiso y obligación por parte de los involucrados. Del mismo modo el clientelismo es entendido como una institución informal complementaria a las instituciones formales, sobre todo cuando proveen a los ciudadanos de mecanismos e información para acceder a ciertos beneficios otorgados por el Estado. (Tarapues, 2012, p. 413)

Sin embargo, es importante identificar que el clientelismo no siempre ha sido el mismo, Guerrero (2013) en su tesis de grado expone que el clientelismo se ha caracterizado por mutar a través del tiempo, asimismo se han transformado los enfoques y las distintas formas de este, fenómeno propio de los sistemas políticos actuales donde existen diferentes tipos de transacciones.

En Colombia han existido distintos trabajos sobre el clientelismo, pero a partir de los años 70' se empieza a estudiar con enfoques especializados como el Marxista, el Funcionalista, el Institucional, el Estructural y el Antropológico. Se estudia la estructura, las dinámicas y los cambios institucionales.

De toda esta referencia de producción académica al respecto del clientelismo, se debe mencionar que se han identificado tres fases: tradicional, moderno y de mercado. El primero se destacó porque era movido por recursos privados y no había un papel del estado predominante; el segundo se refiere al punto máximo del clientelismo, donde hay un líder popular y burocracias institucionalizadas, y el último ha sido la transformación del clientelismo de los años 90' donde se adoptan nuevas realidades institucionales y una mayor competencia de los intermediarios políticos. Aquí es importante identificar el caso relacionado –SBV- el tipo de clientelismo y sus distintas realidades institucionales, también la aparición de nuevos actores, formas, dinámicas y las cosas que se intercambian. Estos tipos de configuración, vislumbran los diferentes cambios institucionales que hacen creer de forma preliminar que en SBV esos cambios de las reglas de juego han permitido la metamorfosis del clientelismo y han transformado la forma como las RC se han consolidado en todo el territorio a través de los distintos procesos electorales.

En la literatura sobre el clientelismo se habla de la configuración de actores en este proceso político, al igual que el clientelismo sufre metamorfosis, los actores también cambian, empiezan nuevos actores a aparecer y los que están, se adaptan a las prácticas nacientes en los escenarios

electorales de acuerdo a las realidades institucionales, estos también plasman y difunden un sistema de representaciones culturales. Trotta (2003) plantea que los actores fijos siempre han sido Patrón – Cliente, es decir Candidato y Votantes, pero el clientelismo contemporáneo empieza a apuntar que esa relación es un poco más compleja, como la aparición del Mediador o Broker, *este mediador*, dice Wolf (1963, citado por, Trotta, 2003), se define de acuerdo al mismo autor, como personas que median entre los grupos orientados hacia la comunidad local y a los grupos orientados hacia la nación que operan a través de las instituciones públicas estatales. Este mediador puede clarificar la relación Partidos Políticos – Ciudadanía, el papel que estos partidos cumplen en ámbitos locales y la forma como se transfieren recursos, bienes y servicios desde la estructura partidaria hasta la comunidad local o el barrio.

Con respecto al caso de SBV, se estudiará a partir de 1988 las RC de uno de los Fortines Políticos de más tradición en este Municipio, el del Partido Liberal. La presencia política de este en el municipio, se remonta al año de 1978, sin duda existe un elemento de largo plazo bastante importante y que ayuda a explicar el fortalecimiento territorial y electoral de la colectividad, lo que hace creer que existen dinámicas complejas alrededor de la consecución de los votos, lo que es propicio para analizar las relaciones de las RC y la permanencia de ese partido en el poder. De este modo se pretende a través de este caso realizar un ejercicio de reconstrucción de esa RC que configura el Partido Político en el municipio, para lograr identificar factores que permitan dar cuenta de si las RC responden a la hegemonía liberal y que factores comunes tienen las RC en clave de la Identidad Partidaria que pueden llegar a fortalecer a ese grupo político.

En este mismo sentido, los individuos que han adquirido una vinculación permanente con un partido político tienden a conservarla, a pesar de que cambie la situación política, y sólo renuncian a ella cuando se producen acontecimientos decisivos. Esta identificación partidaria fuerte puede ser lo que se conoce como el voto duro de los partidos políticos en el estudio de la conducta del voto. Y se cree que estos elementos y características se han observado en los procesos electorales de SBV. En este caso, entonces lleva a preguntarse sobre esas fuerzas que han motivan a los electores a votar siempre por la misma corriente partidista, ¿son efectos de las RC en el territorio?.

Siguiendo el caso de San Bernardo y la forma como sus habitantes han votado, se pretende saber si la permanencia del partido Liberal en el Poder obedece a una configuración de las RC, sin embargo cabe una sospecha: ¿la gente se identifica con el partido político o es un partido el que pertenece a una elite del municipio que ha cerrado la contienda a otros competidores y ha asegurado su permanencia en el poder a través de las RC? De forma preliminar se cree que las RC en el municipio siempre no han sido las mismas, si es así ¿Qué transformaciones han tenido las RC en el territorio desde el año 1988 hasta la fecha?, ¿Estos resultados electorales tan estables en el tiempo son causa de la de las RC? A este componente mencionado hay que apuntar que existe una estructura compleja de actitudes, creencias y valores en los electores sanbernardininos sobre los que hay que indagar.

Una posible respuesta a todo este fenómeno es que la RC pudo haber consolidado una Democracia Electoral (solo votos) sobre una Democracia Constitucional (valores democráticos liberales), de este modo la RC de partidos en este territorio han sustentado la continuidad del Partido Liberal en la administración pública municipal, debilitando la autonomía del votante en la elección de sus opciones electorales limitando las garantías para que otras organizaciones accedan al poder político. El Clientelismo como estrategia de la hegemonía de un partido (un sujeto o grupos de sujetos) se ha clarificado mediante las prácticas identitarias que se producen en virtud o en razón de que el clientelismo puede presionar una identidad con el partido, obligando a que la ciudadanía se identifique con este en cualquier contienda electoral.

En conclusión, este trabajo pretende generar un aporte al campo de la Ciencia Política en la medida que busca entender las relaciones del Comportamiento Electoral a partir del estudio de las RC, a través de las dinámicas sociopolíticas y psicoafectivas presentes en los procesos de participación en San Bernardo del Viento. La pregunta con se trabajara entonces es: ¿Puede decirse que las preferencias de los sanbernardininos por el Partido Liberal son efectos de la Red de Clientelas en su contexto? Para responder esta pregunta el siguiente trabajo desarrollará en un segundo apartado, un marco teórico en donde se ubican los conceptos de Clientelismo e Identidad Partidaria, de este modo se muestra el desarrollo teórico del primero y se ubica el concepto con que se trabajará; y con respecto a la Identidad Partidaria se observa el punto donde converge con el Clientelismo Político; un tercer apartado que habla de la ruta metodológica y donde se hace

mención a los mecanismos de recolección de datos y la forma de procesar la información; un cuarto apartado que desarrolla los procesos electorales de SBV y en donde se logran apuntar algunos antecedentes que ayudan a comprender las dinámicas electorales del municipio, en un quinto capítulo se realiza un esbozo de las redes de clientela del SBV y se analiza las tendencias de Identidad Partidaria y finalmente se presentan unas conclusiones que dan cuenta de los elementos de Redes de Clientela y la forma cómo lograron los grupos liberales del municipio fortalecerse territorialmente, apuntando a la consolidación de Identidades que no son precisamente partidarias, sino Identidad Personales avaladas a través de las lealtades personales y las redes de favores.

1. MARCO TEÓRICO: CLIENTELISMO E IDENTIDAD PARTIDARIA

“El clientelismo no es utilitario en el sentido más estrecho, aunque tampoco sea auténticamente altruista. Mientras dura el pacto, los socios se acompañan, como suele decirse, “en las buenas y en las malas”; de hecho, ciertas relaciones clientelistas contienen alguna cláusula explícita en favor de la parte débil en presencia de urgente necesidad. Finalmente las lealtades son necesarias y fuertemente asimétricas [...] El clientelismo nos constituye, ni podría constituir una forma de poder absoluto, sino un pacto con obligaciones mutuas”. (Gutiérrez, 1998, pp. 58-59)

El concepto de clientelismo en los diferentes trabajos investigativos involucra distintos actores y elementos que permiten que los enfoques de trabajo y los estudios de caso se puedan abordar de distinta forma. El problema del clientelismo se ha desarrollado incesantemente desde los años 70', pero en la búsqueda bibliográfica se empieza a encontrar producciones académicas de carácter investigativo desde finales de los 80'.

La definición de Clientelismo no es la misma para todos los casos; los autores trabajan conceptos diferentes que involucran factores como la informalidad, ilegalidad y la economía. Por ejemplo, para Njaim (1996) el clientelismo político no es un fenómeno exclusivo de las clases políticas hacia las comunidades, también se presenta en estructuras de organizaciones de crimen organizado como el narcotráfico, en cuyo caso tiene el mismo apoyo popular que se da hacia los políticos. También, para Dávila (1999) el clientelismo se define de un intercambio extraoficial de favores e intereses entre representaciones políticas y de comunidades, a través del cual los funcionarios públicos buscan apoyo electoral a cambio de bienes y servicios para los miembros de la comunidad. Por otra parte, para Corrochano (2002), el clientelismo es un factor fundamental de integración y seguridad para las sociedades tradicionales y en transición, en las cuales se define como un intercambio de bienes no comparables.

Por otro lado, se conoce el Clientelismo como una práctica política que regulariza la transacción de favores en la perspectiva de consolidar un poder, por ejemplo: de un partido político o un candidato. Según Gutiérrez (1998) el clientelismo se trata de interacciones que se producen en un espacio que no es el privado y que involucra a actores dinámicos de la esfera pública, y que

tienen efectos sobre más de dos individuos, en este caso un partido político se torna como juegos de favores y lealtades en un espacio temporal y geográfico determinado, es decir, que el clientelismo como práctica política no solo consolida estrategias sino relaciones entre partidos, candidatos y ciudadanos.

Por lo anterior, es difícil dar una definición que abarque el significado verdadero e irrefutable de clientelismo, contamos con un gran número de concepciones que varían de acuerdo a los distintos enfoques que trabajan los autores que lo definen. Hablar de Clientelismo es hablar de procesos históricos y sociales de los sistemas políticos, por ende también es hablar de Redes de Clientela (RC) porque supone no uno sino varios procesos de clientelismos en el mismo sistema político, que además de integrar actores, representan a veces procesos diferentes que se dan en el mismo escenario, es decir, en un mismo contexto se dan varios procesos de clientelismo y ello constituye las RC. Se deben identificar tipos de actores como los partidos políticos, mediadores (brokers) y votantes, actores que tienden a cambiar en las distintas dinámicas clientelistas en los territorios y también diferentes tipos de relaciones. Lo anterior Gutiérrez (1998) lo plantea en tres preguntas:

La primera de ellas está referida con el mantenimiento, rotación y distribución del poder dentro de las RC, Gutiérrez puntualiza que el clientelismo no constituye, ni podrá constituir una forma de poder absoluto, sino más bien un pacto con obligaciones mutuas, y como todo pacto está en constante curso. La segunda pregunta tiene que ver con la interacción de la RC y su entorno, una de las dinámicas clásicas para que las partes perciban beneficios por la relación clientelar es explotando a un tercero, el estado, ejemplo de ello: la corrupción; el patrón clientelista a través de la corrupción contra el estado, puede redistribuir el pago de favores a sus clientes y así garantizar la estabilidad de la RC mediante el afianzamiento de los vínculos y lealtades. La última pregunta que se plantea el autor es referente a los juegos espaciales involucrados en las RC, Gutiérrez plantea por lo menos tres dimensiones en las que se mueven las RC: un espacio interpersonal (distancia social), un espacio físico (territorio) y un espacio cívico (relación con lo público). La primera dimensión refleja las prácticas que los patrones utilizan, aquellas que dan legitimidad, es decir “acercarse” y “alejarse” cuando deben y hacerse ver incluidos en los grupos, más bien, como diría un dicho popular “untarse de pueblo”, esas acciones garantizan aceptación social. La dimensión

del espacio físico se presenta como el ancla y la tarjeta de presentación de las RC, la identificación de territorios como parte del radio de acción de las RC no solo da muestra de una especie de control territorial a través de símbolos, colores, etc, constituyen un reconocimiento a las prácticas clientelares y su aceptación por parte de los distintos actores. La última dimensión planteada en la tercera pregunta expuesta por Gutiérrez la define como la *Res Populii*, ese concepto ciceroniano que da cuenta de la cosa que no es ni privada ni pública, sino que es la cosa de muchos, el clientelismo le supone un reto muy importante a ese espacio donde los actores confluyen sus intereses privados y públicos (*Res Populii*) y es que puede limitar las negociaciones de dichos actores de nivel inferior con los patrones por el control territorial y social que se tiene, es decir, no estarían en igualdad de condiciones al pactar por la evidente hegemonía que existe por parte de los que controlan las RC.

Las anteriores relaciones fueron planteadas con el objetivo de mostrar que hay diferentes tipos de dinámicas, y que en este caso se citan las acotadas por el autor Gutiérrez (1998) porque reflejan no solo prácticas legales, sino también las ilegales, que a fin de cuentas son una realidad en estos procesos clientelares.

Por otro lado, hay relaciones particulares que llevan a comprender sucesos puntuales para casos específicos de clientelismo, evidenciando toda una especie de estructuras, que pueden comprenderse a través de las transacciones de favores como prácticas políticas, que terminan siendo institucionalizadas y logran consolidar las ya referidas Redes de Clientela (RC) estos procesos que se dan por parte de los Partidos Políticos y que involucran a mediadores (brokers) y votantes. Estos procesos particulares han logrado transformarse a la par de las dinámicas electorales e institucionales, y buscan consolidar los Partidos Políticos por medio de los votos, el sufragio electoral es su principal instrumento de consolidación territorial.

Dentro de la literatura se pueden encontrar otras definiciones de clientelismo, como la de clientelismo de mercado (Njaim, 1996), que se refiere a una transformación en América Latina del clientelismo tradicional a un nuevo clientelismo (de Mercado), rasgos que se constituyen a partir de la acentuación de nuevas necesidades como la económica y la inclusión de factores como la gerencia política y pública, que toma el mercado a partir de las demandas en la eficiencia pública

y la conformación de estructuras de modernas de control y regulación que el clientelismo tradicional se había permitido tomar a la ligera. Es así como se configura el clientelismo de Mercado en América Latina, este tiene una comprensión especial, y es la inclusión de nuevos actores en esas estructuras, estas dinámicas contemporáneas de los partidos políticos empiezan a ser preguntadas desde distintas ópticas.

Para el caso de América Latina, fueron encontrado trabajos en México, Argentina y Venezuela, donde se plantean relaciones de clientelismo complejas en sus respectivos sistemas políticos y realidades nacionales, pero con elementos comunes como el discurso de superación de la concepción tradicional del clientelismo, es decir, dan cuenta de procesos, conformaciones de nuevas estructuras y dinámicas particulares en cada territorio, algo exclusivo del ejercicio de la administración pública. De este modo es importante apuntar que con el auge del narcotráfico en los países de Latinoamérica en la década de los 90' hay una serie de cambios estructurales en las instituciones del estado, los investigadores plantean que este fenómeno empieza a ser más evidente en la esfera estatal, por la forma como permeó desde lo privado la esfera pública latinoamericana mediante la inclusión de grandes capitales económicos, que terminan modificando las lógicas del clientelismo por unas más utilitaristas.

Los trabajos referidos a México, Argentina y Venezuela dan cuenta de fenómenos parecidos pero con casusas muy diversas, todos los casos llevan a un cambio del clientelismo tradicional al de mercado a partir de elementos diferentes. Para el caso de México por ejemplo, se adjudica la transformación a un cambio social, puesto que hay una transición de una sociedad tradicional a una moderna, ya que la ciudadanía y el intercambio de votos empiezan a involucrar una participación informada que buscó **calcular todos sus esfuerzos** (Escalante, 1998), en este caso el clientelismo de mercado modificó no solo la estructura social a partir de un voto de opinión, sino que en busca de ello incluyó una nueva gerencia pública en la medida que una ciudadanía informada exigía mejores gobernantes. En el contexto argentino se apunta a que el elemento que propinó la configuración del clientelismo de mercado fue el económico. La economía de los 90 generó consecuencias en la política y la administración argentina coincidiendo con la crisis de credibilidad de los partidos políticos, los modelos mercantiles (Njaim, 1996) cambian la forma de

hacer política en ese territorio, es decir, los partidos políticos en la búsqueda de la configuración de nuevas estructuras de control y regulación modificaron la ordenación del estado.

Para el caso Venezolano se plantea un fenómeno en términos políticos, puesto que desde la normatividad se generaron algunos escenarios que propiciaron que el clientelismo lograra adaptarse a las nuevas realidades del país, realidades que para este caso han sido de desestabilización del caso bipartidista: en 1958 se menciona como el acuerdo de los dos Partidos Políticos, Acción Democrática – AD- y el Comité de Organización Política Electoral Independiente – COPEI-, logró hegemonizar el espectro político; este acuerdo se toma para el caso venezolano como un suceso que enmarcó el proceso clientelar entre las estructuras políticas del país hasta la fecha, este acuerdo logró acabar prácticamente con el poder del bipartidismo, logrando un fortalecimiento del personalismo en la política venezolana (Blanco, 2013). Con estos casos latinoamericanos, no se plantea el clientelismo de manera negativa, sino más bien, como realidades en las que las estructuras sociales y políticas empiezan a adaptarse a las distintas dinámicas de la política. De este modo, dichos casos si constituyen un paso del clientelismo Tradicional al Moderno, a pesar de ser por distintas causas, pero existen acentuaciones reales de las nuevas necesidades en los países mencionados, es decir, hay adaptaciones históricas por parte de los procesos en esos países a partir de las distintas necesidades del mercado y que el clientelismo tradicional no las abordaba de la mejor manera.

En el caso colombiano, hay sucesos políticos que enmarcaron las grandes transformaciones o momentos coyunturales que ponen en reflejo el desarrollo del clientelismo en el panorama nacional. La literatura coincide que con El Frente Nacional hubo la generación de acuerdos institucionales por una vía convencional; esta formalidad generó un fortalecimiento del bipartidismo en la medida que estos partidos garantizaron su participación en el poder por veinte años. Otro hecho al que hacen referencia los autores es la constitución del 91, donde se cambiaron las reglas de juego, y donde el clientelismo, con la influencia de las ideas neoliberales, logra adaptar a unas nuevas dinámicas institucionales y económicas.

Ahora bien, estas perspectivas planteadas hasta al momento tienen el objetivo de ubicar al lector conceptualmente, es así como se pretende abordar en este momento las formas de como se

ha estudiado el clientelismo en Colombia, las cuales han dependido directamente del contexto y el tiempo en que son abordadas. En este sentido, la metamorfosis del concepto obedece a las transformaciones del diseño institucional y a la incursión de nuevos actores y dinámicas que complejizan los escenarios electorales del país.

Por su parte, Guerrero (2013) logra rastrear los primeros trabajos sobre Clientelismo en Colombia, comenzando con

Walter Schmidt revisó el sistema político colombiano y consolidó un marco conceptual sobre el clientelismo, introducido al tema por Orlando Fals Borda y León Bramson. Esta obra, al igual que las investigaciones del CINEP, partió de aportes históricos, teóricos y sociológicos de autores nacionales tales como Fernando Guillén Martínez y de escuelas anglosajonas entre cuyos representantes se puede citar a Malcolm Deas, Frank Safford y Catherine LeGrand. Así, el clientelismo empezó a ser objeto de estudio en Colombia a partir de los años setenta, y de manera paralela a los estudios del clientelismo europeos y estadounidenses. (Guerrero, 2013, p. 10)

Así, las producciones de los años 70' estuvieron caracterizadas por estar enmarcadas en los enfoques marxista y funcionalista, trabajos en las que fueron empleada variables que atendían a las transformaciones del sistema político colombiano:

De ahí que estos trabajos abordaron el problema desde: i) la observancia de la burocracia aplicada al régimen del Frente Nacional; ii) el sistema productivo agrario de la época, iii) el desarrollo de la economía capitalista y iv) el problema del poder político manejado por las élites bipartidistas. (Guerrero, 2013, p. 10)

Según Guerrero (2013), ya en los 80' hay un auge de estudios de caso sobre el clientelismo; aparecieron enfoques con una mirada institucionalista que se preguntaban por las relaciones de poder y sobre el problema de la democracia en el país, por eso las reformas de 1968 y 1991 pasaron a ser el centro de atención de los autores. Ya en los años 90' aparece el enfoque estructural funcionalista, que marca la pauta a nivel investigativo puesto que se comprendió el clientelismo como el articulador de toda la historia del sistema político colombiano, es decir, se empezó a concebir como un mecanismo de ciertos actores que instrumentalizaban la democracia (votos y favores). Ya con la constitución del 91' aparecen trabajos desde el paradigma de la cultura política donde se analizan otros fenómenos como: la participación, la representación y la formación de ciudadanía.

Hasta el momento en esta breve reconstrucción histórica sobre la producción académica del Clientelismo, se pueden identificar los enfoques: marxista, funcionalista, estructural-funcionalista, institucionalista y el socio-antropológico (anclajes de Cultura Política). En este mismo sentido Guerrero (2013) hace un hallazgo muy importante y es respecto a la valoración positiva y negativa en los estudios sobre el clientelismo. Las categorías que se enuncian dentro de la valoración negativa están relacionadas con el tema de corrupción, ciclos del sistema político, debilidad institucional entre otros; dentro de la visión positiva se entiende el Clientelismo como articulador del sistema político, forma de participación y representación política. Por otro lado, está autora observo que los enfoques con perspectivas predominantes negativas son el marxista y el funcionalista, mientras los trabajos que adoptan una visión positiva del fenómeno son los más cercanos a los enfoques institucionalista, socio-antropológico el estructuralista.

En este sentido identificar qué tipo de Clientelismo se va a desarrollar es de vital importancia en este punto, la literatura habla de tres tipos: tradicional, moderno, y el de mercado. Estos representan los procesos históricos y los distintos cambios que ha sufrido están altamente correlacionados con los mencionados procesos.

Durante el siglo XIX, los recursos base del intercambio clientelista eran tanto públicos como privados, debido a la débil capacidad fiscal del Estado de la época. Durante el siglo XX, el aumento de la capacidad de recaudo estatal hace que las clientelas empiecen a ser sostenidas exclusivamente con recursos públicos. No obstante, en los ochentas se observa que los recursos públicos no alcanzaban a cubrir la totalidad de las demandas de las redes clientelistas y se abrió la entrada de capitales privados (no del todo lícitos) en las dinámicas políticas. (Guerrero, 2013, p. 26)

Es así como estos cambios en la naturaleza del intercambio de las relaciones clientelista permiten plantear los tres tipos de clientelismo inmediatamente dichos: el Tradicional, que se presentó a lo largo del siglo XIX y parte del XX; el Moderno, que estuvo presente a lo largo de la segunda mitad del siglo XX; y el de Mercado, estudiado especialmente para el caso post Constitución de 1991. Estas tipologías serán muy útiles a la hora de comprender las distintas lógicas del clientelismo, y de cómo aparecen nuevos actores y dinámicas de consolidación de partidos.

Por otro lado, la metamorfosis que se ha planteado del Clientelismo es estructural, en la medida que lo que cambian son las dinámicas y repertorios, pero no hay cambio de los fines. Para

ello el asunto institucional es muy importante a la hora de analizar el tema, porque los diferentes procesos se dan a la par de los cambios institucionales, ejemplo de ello fue con la constitución del 91', donde hay nuevas dinámicas alrededor de las RC y la más reciente, el acto legislativo 01 de 2003 que efectuó importantes transformaciones en el régimen electoral y el sistema de partidos colombiano; los cambios introducidos por la Reforma Política de 2003 estuvieron orientados a reducir el personalismo y la fragmentación del sistema de partidos colombiano. Figuras como el umbral, la cifra repartidora, las listas únicas y el voto preferente, apuntaron a reducir la cantidad de fuerzas políticas en contienda y a fortalecer los partidos y movimientos con mayor arraigo en la sociedad. Cambios institucionales como estos han permitido que el clientelismo haya cambiado y también la forma de estudiarlo, puesto que las dinámicas a considerar cada día son más complejas.

Crear que el clientelismo es un mal para la sociedad es errado, de igual forma que considerar que este se configura en torno a la corrupción, esto sería condenar una práctica que muchas veces no configura actuaciones fuera de lo legal y que está legitimada en los procesos electorales, para Escalante el clientelismo no debe ser satanizado y ajeno a los mecanismos burocráticos del Estado moderno, sino una consecuencia necesaria de ello, puesto que

[...] la relación entre Estado y sociedad no es, en absoluto mecánica ni transparente, «La sociedad no es una simple suma de individuos y no hay automatismo alguno en la acción de Estado». Por tanto la relación de los individuos con las instituciones públicas, la gestión de sus intereses, como el logro de su obediencia, requieren la operación de una maquinaria de intermediación. (Escalante, 1998 p. 34)

Por último, según los intereses de este trabajo y teniendo en cuenta la variedad de conceptos que existen en la literatura sobre Clientelismo, el que se va a utilizar a lo largo de este trabajo es:

El clientelismo puede definirse en un primer momento como un sistema informal de intercambio de favores entre interesados por el acceso a ciertos beneficios públicos que se utilizan para el interés privado. Ese intercambio, por lo general, se basa en bienes tangibles e intangibles, y responde a los intereses particulares de cada uno de los actores en la relación. Por lo general, una de las partes involucradas -patrón- es un político, funcionario público, candidato a algún puesto de toma de decisiones públicas; y su contraparte es un ciudadano -cliente- que, por lo general, puede tener una posición influyente en la comunidad, ya sea miembro de algún grupo, vocero de alguna asociación o simplemente un ciudadano con cierto posicionamiento en la comunidad. El patrón está decidido a ofrecer un “favor” a cambio del apoyo político; es decir, el voto o la movilización política de electores. El cliente responde ante el ofrecimiento y se inicia una especie de relación entre el patrón y el cliente. A su vez, se teje

una la cual responde a la necesidad de integrar apoyos a cambio de subsanar “intereses” de los ciudadanos de las comunidades. (Auyero, 1997, citado por, 2009, Acuña, pp. 27-28)

Esta definición contempla los elementos que se quieren analizar en el desarrollo del trabajo, es totalmente congruente con los objetivos del mismo, los elementos que se pretenden analizar son: actores, procesos electorales, tendencias históricas y efectos. De este modo se pretende dar desarrollo al planteamiento del problema prestando mucha atención en las distintas formas como se ha clientelismo en el territorio seleccionado.

Por otra parte, la identificación partidaria está ligada con la red de clientela y da cuenta de una compleja relación, esta dinámica se da en un espacio de largo plazo que tiende a consolidar identidades, en este sentido las redes de clientela generan afectos identitarios.

La identidad partidaria se desarrolla en el terreno cultural, en la compleja interacción social que sostiene una persona, tanto con sus semejantes como con su entorno. A final de cuentas, la interacción con los objetos políticos también puede ser vista como la interrelación de los diferentes colectivos y no sólo del individuo. (Aguilar, 2008, p. 26)

Es así, como en los **intercambios informales**, entendidos para este caso como **interacciones sociales**, se empieza a conjugar un punto de encuentro entre el clientelismo y la identidad partidaria, en la medida que las dinámicas entre los actores en una compleja red de favores y en unos procesos de largo plazo empiezan a consolidar identidades. En este caso, la conformación de dichos afectos entorno a las RC se manifiestan como el fortalecimiento territorial de los Partidos Políticos.

En el momento en que los ciudadanos desarrollan un vínculo afectivo hacia un partido político, esta identificación les permite asimilar información y tomar decisiones de una manera más sencilla. En cambio, aquellos que no se identifican con ningún partido político tendrán que invertir mayor tiempo y energías para asimilar el flujo continuo de información política. (Aguilar, 2008, p. 24)

De este modo, para efectos de este estudio, el concepto de identidad partidaria será comprendido como:

[...] un comportamiento político de los ciudadanos que se caracteriza por proporcionarles una serie de referentes que les facilita la formación de una determinada opinión, la cual se relaciona en cierta medida con la que adopta el partido político con el que

existe una identidad. Los candidatos, propuestas y otros aspectos de las elecciones son matizados por la relación que tiene el individuo con su partido, pues considera las posiciones de éste muy similares a la suya. (Aguilar, 2008, p 11) [...] existe un vínculo psicológico, con un marcado componente afectivo [...] La identificación partidaria se considera como un factor de influencia a largo plazo, una fuerza que motiva al elector a una determinada decisión de voto, mientras que los factores de corto plazo no tienen suficiente impacto como para modificarla (Aguilar, 2008, p. 15)

2. MARCO METODOLÓGICO: RECONSTRUCCIÓN DE LOS PROCESOS ELECTORALES

El ejercicio de la ruta metodológica, se fundamenta en las intenciones que tiene el trabajo en definir de forma clara el componente de cómo analizar el objeto de estudio planteado; este proceso supone complejidad en la medida que abordar el tema con los elementos metodológicos adecuados define el éxito del trabajo, así que los elementos y la estructura planteada en el siguiente ejercicio, han sido escogidos de manera muy cuidadosa y teniendo siempre presente la utilización de una metodología que permita realizar un verdadero ejercicio crítico y de aporte social desde la perspectiva de la Ciencia Política.

Esta construcción académica dará cuenta de toda la dinámica expresada en el planteamiento del problema, a partir de una reconstrucción de los procesos electorales en el Municipio de San Bernardo del Viento (SBV) desde del año 1988, puesto que a partir de este fueron las primeras elecciones locales mediante el sufragio electoral. Los mecanismos de recolección de datos serán únicamente a través de los testimonios configurados a partir de los resultados de las entrevistas dirigidas a los actores de interés para el trabajo, la intención es que mediante la indagación de datos se ayude a comprender situaciones producidas durante la observación; también la utilización de la bibliografía es importante en la medida que clarifica además de las metodologías, el uso de la teoría adecuada que permita un análisis objetivo del problema, teniendo en cuenta que también existe un papel de observación de los procesos por parte del investigador, que buscará también una mirada holística de la situación social en estudio, procurando para ello un análisis de forma directa, entera y en el momento en que dicha situación que se lleve a cabo.

La reconstrucción de los procesos electorales planteados en principio se hará teniendo en cuenta todos los procesos desde 1988 de elecciones locales de Alcaldía en el municipio de SBV, se hace referencia entonces a nueve procesos electorales, donde se identificarán actores del partido Liberal, dinámicas de fidelización y procesos de consolidación territorial del partido, con el fin de definir las expresiones de las Redes de Clientelas en el territorio como explicación de la hegemonía del Partido Liberal a través de los años, y de qué factores comunes tienen las RC en clave de la Identidad Partidaria que pueden llegar a conformar parte de esa hegemonía liberal. Todo lo

planteado será observado a partir de la selección de los individuos que deberán responder a los siguientes criterios: actores identificados tradicionalmente en el partido, posiciones acertadas como líderes del partido y sujetos con dos o más experiencias electorales en el municipio, esta última característica atiende al concepto de largo plazo planteado a lo largo del trabajo. También se abre la posibilidad de seguir integrando más testimonios dependiendo de los resultados de las entrevistas dirigidas que se hagan en principio; se recogerá información hasta que se empiece a redundar, es decir hasta que no aparezca nada nuevo.

Este proceso metodológico a través de los testimonios está orientado a identificar principalmente tres cosas. La primera es una caracterización de los sujetos o actores que hacen parte del grupo del señor González y que representan los intereses electorales del Partido Liberal, de igual manera la intención es que dichos sujetos identificados respondan a preguntas relacionadas con su trayectoria en el grupo político y en el partido, esto con el fin de observar como diría Gutiérrez (1998) los pactos y las obligaciones del grupo político y sus líderes en la medida que la temporalidad de los actores en el grupo corresponde al cumplimiento de la Red de Favores, al éxito de los pactos y a los elementos identitarios abordados anteriormente por Aguilar (2008). El segundo elemento a identificar es referido al partido y sus dinámicas territoriales, es decir, se va a exponer la reconstrucción partidaria y el elemento de largo plazo que justifica el porqué de la hegemonía territorial y las características referentes a los componentes de identidad partidaria; también reconstruir las dinámicas electorales, las diferentes coaliciones que se han pactado y el éxito electoral son objetivos específicos en esta parte del componente. Por último se buscará observar lo referido con la relación de los actores del grupo político y los votantes, para esta parte no solo se toma como temporalidad lo electoral, sino las épocas que no lo son, con el objetivo de dar cuenta de la puesta en práctica de los repertorios electorales, y de cómo se materializa el voto liberal, en esta medida se expondrá la complejidad de la fidelización por parte del partido a sus votantes y se mostrará el desarrollo de la red de favores, es decir, como los líderes son capaces de consolidar a través del tiempo el voto y que formas utilizan para hacerlo.

Con la descripción hecha sobre la estructura del trabajo, se confía en abordar el problema trazado en principio de forma correcta, con el fin de cumplir los objetivos planteados. La presentación de la ruta metodológica además busca definir al lector la forma de acción ante lo programado y que se haga claridad de la manera como se va a abordar el problema. Las técnicas propuestas para la recolección de información son las adecuadas para el desarrollo del trabajo, de igual manera la presentación de la hoja de ruta que ubica en cuanto al cómo del trabajo y la identificación de los actores inmersos en el desarrollo del mismo. Por último las tres cosas propuestas para identificar permiten no solo tener una caracterización clara de los sujetos a entrevistar sino que además se puede esperar una reconstrucción de las dinámicas y repertorios partidarios con respecto a la hegemonía en los territorios a través de los años, de este modo también la relación de los actores da respuesta a la materialización del voto, es decir, los esfuerzos que hay detrás del sufragio, es comprender el voto como un compendio de factores que van desde la identificación partidaria, pasan por la fidelización y hasta se configuran seguramente en muchos casos en redes de favores resultantes de los procesos clientelares.

Para efectos del desarrollo del trabajo, se ha planteado una matriz categorial de construcción propia, donde se identifican las dos principales categorías de trabajo y sus subcategorías respectivas, la intención es que las preguntas referidas a lo largo de las entrevistas estructuradas den cuenta de las categorías y subcategorías esbozadas:

Tabla 2. Matriz categorial.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	DEFINICIÓN	PREGUNTAS
CLIENTELISMO	Intercambio de favores	Acceso a beneficios públicos: votos y acceso a los recursos del estado.	¿Cómo se compensaba a los electores?
	Voto	Sufragio electoral por el candidato de preferencia	¿Cómo el partido se ganó el voto de los electores? ¿Qué dinámicas fortaleció la decisión del voto de los electores?
	Patrón	Es un político, funcionario público, candidato a algún puesto de toma de decisiones públicas (Ofrece)	¿Quién era el líder que facilitó el vínculo con el partido y la comunidad? ¿Tenía aceptación el candidato por parte de la comunidad? ¿Cómo observaba la comunidad al candidato?
	Cliente	Por lo general, puede tener una posición influyente en la comunidad, ya sea miembro de algún grupo, vocero de alguna asociación o simplemente un ciudadano con cierto posicionamiento en la comunidad.(Recibe)	¿Quién era el líder que facilitó el vínculo con el partido y la comunidad? ¿Qué trabajo político tenía ese líder?
IDENTIDAD PARTIDARIA	Vínculo afectivo	Relaciones psicoafectivas que dan cuenta de elementos identitarios como la gratitud, la aceptación y credibilidad del partido.	¿En épocas no electorales la comunidad seguía sintiendo respeto por el partido?
	Apego simbólico	Identificación con los símbolos del partido (colores, escudos, nombres, seudónimos, lemas, etc.)	¿La gente usaba cotidianamente elementos del partido (equipamientos, consignas, escudos, etc.)?
	Voto de opinión	Simpatía electoral por el partido político	¿La gente asistía sin ningún tipo de dadas a las reuniones del partido? ¿Existía un voto duro? es decir ¿La gente votaba por el partido sin importar quién era el candidato?

Fuente: elaboración propia.

Con la información recolectada se pretende realizar la reconstrucción de los procesos electorales del municipio de SBV a partir del año 1988, con la intención de desarrollar los elementos planteados a lo largo del ejercicio. Para analizar la información recogida será seleccionada dicha información de acuerdo a las subcategorías emergentes, intentando compendiar dichos elementos en una línea de tiempo de forma ascendente dando cuenta de las dinámicas de las elecciones locales, para identificar los elementos de RC y los puntos de convergencia con la Identidad Partidaria en el territorio. Cabe resaltar que la batería de preguntas presentadas en la matriz no se limita a ser solo esas, puesto que a lo largo del trabajo las situaciones conversacionales con los entrevistados llevarán a ampliar o realizar preguntas dirigidas, con el fin de orientar de forma objetiva los intereses de la investigación y el aprovechamiento de la información para la reconstrucción histórico-política planteada en principio.

3. SAN BERNARDO DEL VIENTO: POLÍTICA Y TRADICIÓN

San Bernardo del Viento (SBV) es un municipio costanero colombiano, está ubicado al noroccidente del departamento de Córdoba, limita al norte con el Mar Caribe, al occidente con Moñitos, al oriente con San Antero y al sur con Santa Cruz de Lorica; es un municipio agropecuario. Con un 75% de población rural (según el DANE, 2014). Es un territorio de tradición liberal, según varios de los personajes entrevistados, se había censado en los años 80' a una mayoría de simpatizantes del Partido Liberal y una minoría se identificaba con el Partido Conservador o con otras orientaciones políticas (Entrevistado 2, Grupo Bulismo).

SBV no ha sido ajeno a las dinámicas bipartidistas que han caracterizado a Colombia desde la mitad del siglo pasado. Se han identificado históricamente la conformación de grupos con orientaciones políticas y que se fortalecieron a través del poder adquisitivo de algunas familias representativa. SBV por tener la fortuna de albergar la desembocadura del Río Sinú, era un puerto muy reconocido en los años 40', esta característica espacial permitió el desarrollo de distintas dinámicas sociales que en la época eran propias de los territorios con economías bastante estables y con importantes flujos de personal por las labores comerciales que allí se daban. Estas actividades sociales que partían de las distintas transferencias económicas que se daban, permitieron el desarrollo de una sociedad civil organizada, es decir, la conformación de grupos de sindicatos de cargueros y grupos sociales de las elites económicas importantes, por lo anterior, las dinámicas partidistas que han enmarcaron a Colombia fueron permeando en esas experiencias asociativas distintos intereses políticos, de allí parten las primeras experiencias del empoderamiento territorial de los Partidos a través de las clubes sociales y asociaciones sindicalistas de la época.

La situación de ser un puerto fluvial importante pronto cambiaría debido al desvió del cauce del río para evitar la erosión que empezaba a afectar en gran medida muchas calles del pueblo.

De otro lado, la oferta del Partido Liberal en el territorio siempre fue mayor en comparación a otros Partidos Políticos y el trabajo de los distintos grupos reconocidos como liberales no fue ajeno a los propuestos desde los distintos niveles nacionales y departamentales, es decir, daban cuenta de las mismos repertorios de consecución de votos, fortalecimiento de los grupos y la

conformación de la agenda de sus intereses. Por ejemplo, antes de 1988, cuando los gobernadores y alcaldes eran nombrados por decreto, el trabajo de los grupos políticos radicaba en la promulgación de los valores liberales y la consolidación simbólica de los elementos del partido, así concuerdan los entrevistados (Entrevistados 1, 2, 8 y 10) que el trabajo por el "Partido Liberal estaba enmarcado en las lógicas de fidelización al mismo y en la identificación territorial, de este modo se observaba un trabajo social por parte de las distintas casas Liberales a fortalecer la legitimidad de los gobernantes que se nombraban, algo así como mantener la gobernabilidad de los territorios a partir de la presencia partidaria.

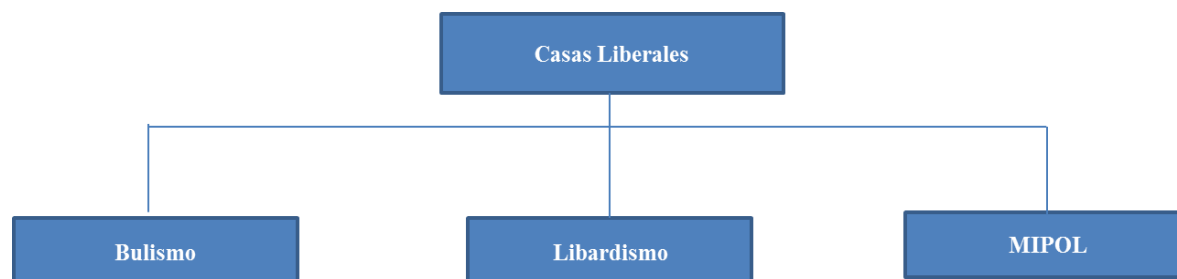
Con la primera elección popular de Alcaldes en 1988, se genera una nueva experiencia y con está la implantación de repertorios proselitistas como las coaliciones políticas, que hasta el momento solo se fraguaban en gran medida en otros niveles distintos al local. "[...] se pasa de conseguir el voto para el partido a conseguirlo para el candidato del grupo político, eso sí, porque la idea era conseguir el voto a como diera lugar, parecía que el partido pasaba a un segundo plano" (Entrevistado 1).

Para el año 1988 las dinámicas de estas elecciones permitían a los partidos políticos potestad, conllevando a que los distintos grupos políticos en el Municipio postularan candidatos, esto con la intención de estar políticamente activos y mostraran poder electoral. Según los entrevistados, en SBV tradicionalmente se identificaron distintos grupos políticos, pero los que desde mediados del 70' lograron consolidarse con líderes fuertes fueron tres grupos: el Bulismo¹ (liderado por Pedro Negrete), el Libardismo² después del 92' llamado Mayorías Liberales (liderado por Andrés Genes, Eduardo Benito Rebollo y Rodrigo Castillo -padre-) y el Movimiento de Integración Popular Liberal –MIPOL- (liderado por Orlando Gonzáles).

¹ Este grupo obedecía al nombre de bulismo porque era de la corriente de German Bula Hoyos. Dirigente liberal del departamento de Córdoba, gobernador del mismo departamento del 12 de julio de 1971 a 25 de mayo de 1972.

² Este grupo obedecía al nombre de libardismo porque era de la corriente de Libardo López Cabrales. Dirigente liberal del departamento de Córdoba. Gobernador en el período comprendido entre los años 2004 y 2007.

Figura 1. Grupos liberales de San Bernardo del Viento, 1988



Fuente: elaboración propia a partir de los datos recolectados.

Estos tres grupos fueron los que lograron consolidarse a través de los años y que hasta las primeras elecciones populares locales estuvieron presentes con candidatos a la alcaldía. En la primera experiencia electoral de nivel local, se presentan tres candidatos a la alcaldía: Albert Behaine, por el Partido Liberal del grupo Bulismo y Libardismo, Claudio Petro también del Partido Liberal, pero del grupo MIPOL y José Lucilo Hernández, candidato único del Partido Conservador. Aquí se identifica por parte del Partido Liberal la usanza de la coalición, en esta contienda electoral los líderes liberales no fueron capaces de concertar un solo candidato, caso contrario al Conservatismo, que desde el comienzo por lo menos dejó notar una capacidad de consenso mucho mayor que la liberal.

Según los entrevistados no hubo ningún tipo de compensación a los votantes, se notaban responsabilidades sociales de fidelización a través del grupo político y su trabajo social en los territorios, aunque de forma dispersa, se procedían los distintos repertorios proselitistas de las distintas casas liberales, como reuniones, plenarias, visitas casa a casa, avanzadas³, eventos masivos, manifestaciones, etc. Esta contienda electoral da como ganador al liberalismo unificado, a Albert Behaine, donde varios entrevistados concuerdan en que tuvo un mandato modesto, puesto que no llenó las expectativas con respecto a su administración, no se le recuerdan grandes logros en su periodo de gobierno. Albert Behaine contó en principio con una aceptación heredada por el trabajo político del Padre, ya que este había sido tres veces alcalde y por su actividad comercial, es

³ Grupos de apoyo en la campaña electoral, por lo general tienen la responsabilidad de logística y coordinación de la misma.

así como se ganó la confianza de muchas personas, reflejada en el apoyo electoral a su candidatura (Entrevistado 2, Grupo Bulismo).

En la segunda contienda electoral, se enfrentaron Miguel Oscar Negrete y Andrés Genes, ambos del Partido Liberal, el primero representaba parte del Libardismo y que era apoyado por el alcalde Albert Behaine, que en su sagacidad no solo conquista líderes estratégicos de Andrés Genes sino que debilita así a su mismo grupo (Libardismo), este suceso constituye entonces una estrategia política para debilitar al rival y así conseguir el éxito electoral. El señor Andrés Genes, entonces apoyado por la parte restante del Libardismo, el Bulismo y la MIPOL. Algo muy importante que se identifica, es que no existe aquí candidato conservador, y esto se debe al hecho de que el señor Negrete provenía de una familia netamente conservadora, y al postularse con aval del Partido Liberal por sus orientaciones ideológicas, hay una especie de apoyo familiar y materialización de acuerdos partidarios para el apoyo de su candidatura. Miguel Oscar Negrete es elegido alcalde, con el respaldo del alcalde saliente Albert Behaine. Ya Negrete había tenido una experiencia administrativa en el Municipio por su desempeño como tesorero municipal el primer año de mandato de Behaine. La juventud y preparación de Negrete le aseguraron una fuerte aceptación por el pueblo y más aún que terminó su mandato con muy buena aceptación, que a la fecha las personas lo recuerdan como un buen alcalde por sus logros con referente a la sostenibilidad y superávit financiero del municipio.

Para el año 1992, las elecciones locales ponían en el panorama a un candidato joven y distinto, puesto que no representaba a un actor convencional de la política y sin experiencia administrativa, como los anteriores, si bien el padre era un modesto líder liberal (Rodrigo Castillo), no representaba una tendencia electoral muy importante a la fecha, este candidato que no se enmarcaba en los parámetros tradicionales de los políticos se vincula según los entrevistados a oficios ilegales, que suponen un patrimonio financiero muy grande, que radicaba en las labores del narcotráfico y que posteriormente los líos de la familia con la justicia así lo confirmaría (Value, 2006).

Luis Alberto Castillo Oquendo se enfrenta a Amada Genes, el primero representa una ruptura de una pequeña parte de Mayorías Liberales y que constituye con el aval del Movimiento

Liberal Independiente y la segunda, la demás coalición de los distintos grupos Liberales del Municipio. Esta elección fue arrasadora para Castillo, que según los entrevistados, literalmente aplastó a sus rivales, y que concuerdan, que fue por sus distintas dadas a los electores, que iban desde compensación económica hasta la subsidiariedad de eventos sociales. Cabe anotar que para este período se implementó por primera vez el voto a través de tarjetones, metodología que permitió que los simpatizantes del castillismo, que en su mayoría eran jóvenes, adoptaran más fácil la nueva forma de votar que los de avanzada de edad, acostumbrada a la anterior forma de sufragar y dicho cambio sería mucho más traumático y complejo.

Es así, como la inclusión de dinámicas no convencionales con capitales privados empiezan a permear en la vida política de SBV y condicionan escenarios a partir de las transacciones económicas, que se resumieron en la construcción de barrios enteros y que generaron fidelidades no a los partidos sino a la familia. Así se constituye un grupo llamado “el castillismo” que si bien tenían aval de origen liberal, no representaban en esencia ningún tipo de ideología partidaria, sino una serie de lealtades generadas a partir de la solidaridad objeto de su capital financiero puesto en el escenario público.

Con este grupo las reglas de juego cambiaron, nosotros no podíamos competir con el músculo financiero de ellos, no teníamos ni la cuarta parte de lo que ellos tenían, además el tipo venía regalando electrodomésticos y la gente lo alababa como a un dios, ese tipo de cosas nosotros no la podíamos hacer, de milagro pudimos sacar los votos que sacamos, porque hay que ser sinceros, la gente estaba cansada del mal accionar de muchos de los alcaldes que tuvimos.” (Entrevistado 8, Grupo Libardismo)

El poder del castillismo fue tanto que pudieron posicionar dos alcaldes consecutivamente: Pedro López Aguilera (1994/1996) y Luis Rojas (1997/1999). En estos escenarios, las demás casas liberales tuvieron un papel muy modesto que ocasionó hasta coaliciones totales de las casas liberales tradicionales, también coaliciones con el partido Conservador y ni aun así pudieron derrotarlos en los comicios electorales.

El panorama para los grupos liberales era bastante oscuro, puesto que la gestión de estos alcaldes del grupo castillista se resumía en la utilización de capitales privados y que paradójicamente no se veía reflejado en el avance social del Municipio y mucho menos en las satisfacción de las necesidades básicas, esto no niega los distintos hechos significativos que se

hicieron en este, como el arreglo de vías, la ampliación del acueducto local, construcción del parque municipal, etc.

De esta manera, el panorama político para las distintas casas liberales en estos periodos fue bastante oscuro, lo que ocasionaría la unificación de dos de ellas, el Libardismo y la MIPOL, buscando hacer frente a la hegemonía de la disidencia liberal: el castillismo. Aquí sucede otro fenómeno y es que las coaliciones políticas empiezan a ser interpartidistas, es decir, las estrategias de los distintos grupos políticos se fraguan a partir de las coaliciones entre Liberales y Conservadores. Los Partidos Políticos tradicionales entonces se unen en múltiples ocasiones para competir en los escaños electorales contra el castillismo, no teniendo éxito en dichos momentos.

Tuvimos que unirnos hasta con los Conservadores para ver si podíamos competir, pero no era posible, pero había algo por debajo y era que la gente estaba viendo que ellos (el castillismo) empezaron con fuerza pero los dos últimos candidatos que habían lanzado no llenaron las expectativas, entonces nosotros supimos esperar, y ellos mismo empezaron a cavar su tumba, porque por los problemas de la justicia de sus integrantes fuertes, este grupo se debilitó, esa gente descuido el trabajo político, y nosotros bien o mal habíamos estado ahí silenciosos. (Entrevistado 15, Grupo MIPOL)

Los entrevistados, apuntan a que gracias a la administración tan controversial de Luis Rojas el grupo castillista se terminó por deslegitimar, puesto que este mandatario no contó con mucha aceptación y que al culminar su mandato dejó más desaciertos que aciertos. En todo este proceso los grupos políticos liberales logran conservar su supervivencia política por los cupos que a nivel departamental se les reconocían, esas participaciones desde la gobernación permitieron que el trabajo del grupo se mantuviera, al menos de una forma modesta porque era muy claro que se había debilitado internamente el partido a nivel municipal.

Después, en las elecciones de 1999, el grupo Liberal se unifica nuevamente con los Conservadores, en esta ocasión el castillismo también postularía su candidato, la esposa de uno de los fundadores de este grupo, Jerley Saldarriaga, y por parte de la coalición liberal Amada Genes, nuevamente los conservadores recurren a la estrategia interpartidistas y entienden que no tienen oportunidad sino es a partir de la unión de los dos partidos tradicionales contra el grupo castillista. Debido a la crisis de credibilidad del grupo que apoyaba a Saldarriaga y los descontentos con ese grupo por parte de la población, Amada Genes gana las elecciones y los grupos liberales empiezan

a recuperar el territorio perdido políticamente. Genes termina una administración que se enfrentó a problemas fiscales bastante complicados y a un grupo liberal que a nivel departamental se mostraba fraccionado, los líderes departamentales no ocultaban la crisis interna del partido.

Para el año 2003, los acuerdos interpartidistas entre Conservadores y Liberales salen a relucir, pero estas alianzas no fueron respetadas por parte de los liberales, puesto que según el trato el próximo candidato era un conservador y no fue así; los liberales terminan lanzando a dos candidatos. De este modo los partidos dieron como elegibles por los conservadores a Wilson Negrete, y por los liberales a Efrén Pérez y Eduardo Benito Rebollo. Esa incapacidad para acordar un solo candidato por parte de los liberales representó un debilitamiento mutuo y un fortalecimiento electoral indirecto para el candidato de los conservadores. Negrete gana las elecciones y por primera vez un candidato conservador sin coaliciones gana la alcaldía del municipio de SBV, se manifiesta así que la oferta liberal termina siendo perjudicial para el partido, porque no se logra un candidato único y se termina desestabilizando el partido internamente.

A la fecha las casas liberales se encontraban ya no tan claras en el panorama político, es decir, las dinámicas de coaliciones tan inestables terminaron por hacer una especie de híbridos entre los distintos grupos políticos, a la vez que desde el nivel departamental empezaba a fallar los compromisos con los grupos políticos municipales y estos se valían entonces de las alianzas que en momento podían hacer.

Los representantes y senadores del partido liberal en el departamento de Córdoba, desestimaron los trabajos de base de los diferentes grupos políticos del Municipio, por lo consiguiente las coaliciones eran coyunturales y por ende las Redes de Clientela se sostenían de los acuerdos que se tenían en la palestra, no habían respaldos por parte de las directivas para blindar los grupos y su trabajo político.

Con la reforma política de 2003, ya los partidos políticos tienen candidatos únicos para los puestos uninominales, el Partido Liberal entonces se enfrenta con todo su poder electoral cohesionado (bien o mal) contra el Partido Conservador, en esta ocasión Efrén Pérez es elegido alcalde de San Bernardo del Viento con el aval del Partido Liberal, en adelante las participaciones del partido siguieron siendo las esperadas, en la medida que se cumplieron los compromisos

pactados. Es importante anotar que la aparición en el año del 2005 del Partido de la Unidad Nacional (Partido de la U) con llevo a que muchos liberales se apartaran del partido, dando ingreso a nuevos actores de la política, en efecto el debilitamiento del partido liberal a nivel departamental ya mencionado no era ajeno a las ofertas partidarias en el municipio, nuevos figurantes del partido de la Unidad Nacional llegaban a consolidar su poder electoral partiendo de coaliciones exitosas en estos territorios. Es así, como en el año 2011 es elegido alcalde Luis Francisco López Arteaga, que a fin de cuentas, representó un éxito liberal en el territorio porque las casas liberales si bien ya mutadas por los cambios institucionales y políticos de los distintos niveles, apoyaron la candidatura de López. De este modo, ya se empiezan a consolidar una nueva Red de Clientela que parte de los ideales de Unidad Nacional, y que se fundamenta en el éxito electoral del Partido de la U en el departamento de Córdoba y que lo consolida a la fecha como uno de los fortines políticos más fuertes del país.

A fin de cuentas, el Proselitismo Político es a San Bernardo del Viento quizás como el oxígeno es a los seres humanos, estas afirmaciones son muy tajantes, pero no lejanas a la realidad que antecede a la tradición política Sanbernardina, porque las dinámicas electorales han definido tradicionalmente no solo el rumbo del Municipio, sino distintas pugnas de poder que van desde múltiples sentimientos entre familias y grupos políticos hasta las demostraciones de capacidad burocrática en los distintos niveles administrativos por parte de los Partidos Políticos. En efecto las manifestaciones electorales han no solo generado dinámicas sociales sino que también han configurado maneras distintas de conseguir el poder, en estos casos los Partidos Políticos pasan de ser actores mediadores entre el Estado y la sociedad, a ser protagonistas de las estrategias de consecución del poder a través de las coaliciones y la consolidación de Redes de Clientelas muy complejas, que empiezan a superar aspectos identitarios, por lo menos los concebidos de manera tradicional.

4. IDENTIDAD PARTIDARIA Y REDES DE CLIENTELA: CONSOLIDACIÓN TERRITORIAL DE LAS DINÁMICAS PARTIDISTAS.

El posicionamiento territorial del Partido Liberal en el Municipio de SBV fue a través de las casas liberales ya mencionadas, cada una de ellas tenía diferentes formas de conseguir los votos, pero los puntos de encuentro eran las estrategias con las que lograban mantener esos grupos políticos cohesionados y sólidos en las contiendas electorales, e inmersos a las realidades administrativas de momento. La búsqueda de la supervivencia política, permitió que estos grupos tuvieran que recurrir a alianzas estratégicas que se resumen en tipos de coaliciones políticas y la consolidación de una compleja Red de Clientela supeditada a una serie de transacción de favores y muchas veces transversales a la generación de Identidad Partidaria.

Los entrevistados dan cuenta de la existencia desde los años 40' de grupos sociales, asociaciones sindicalistas y grupos de comerciantes que tenían tintes políticos claros, ellos cuentan cómo los barrios se identificaban territorialmente de un color u otro y que parecía que todo radicaba en una exaltación simbólica, hasta nacionalista de los partidos. Las dinámicas comerciales de la época y lo que suponía ser un puerto fluvial en el momento van condicionado formas de vida política, es decir, el proselitismo empieza a definir un de estilo de vida, esa era el bipartidismo.

Es difícil creer que después del 88' existía una identidad con el Partido Liberal, las elecciones populares locales lo que hacen es que nosotros (líderes) empezamos a pensar en el candidato del grupo, como habían muchos candidatos liberales, total la gente iba era a votar por el mismo partido, nos preocupaba era el candidato de nosotros. (Entrevistado 10, Grupo Libardismo)

Según los entrevistados del grupo Libardista, para la época de 1970 la filiación política con el Partido Liberal era mayoritaria con respecto a los otros partidos, pero para el año 1988, con la primera elección popular de alcaldes, hay un debilitamiento de la identidad partidaria, por lo menos la liberal dado que la presencia de varios candidatos liberales de distintas casas que se preocupaban por hacer su trabajo partiendo del trabajo político de los candidatos más que del partido, es decir, los distintas estrategias para la consecución del votos empiezan a fraguarse en torno a la legitimación del candidato y el éxito electoral del partido se agradece a la superioridad de la oferta del mismo y a las preferencias liberal que antecedian todo el panorama político del municipio.

SBV tiene una característica política muy importante y es la inserción en las pugnas electorales de actores convencionales y no convencionales de la política, en efecto, estos actores no solo han ofrecido una bandeja de posibilidades a los electores, sino puesto en juego distintas experiencias que terminan proponiendo candidatos que se salen de los parámetros partidistas tradicionales. Para el año 1990, como se había mencionado, se consolida un grupo político disidente liberal con el nombre del castillismo, que no representaba la política tradicional, puesto que eran individuos, según los entrevistados, que ejercían actividades ilegales y con patrimonios financieros bastante elevados, recursos privados puesto en el escenario de lo público. Debido a las dinámicas de compensación exagerada a los electores, la utilización de dadas, que según varios entrevistados, esto se evidenciaba más en la zona rural, en la medida que estos sectores eran los más necesitados y correspondían a sitios marginados del territorio; en efecto se empiezan a implantar formas de fidelización a los electores a partir de las transacciones económicas, esto lo que configuró fue una red de lealtades personales, es decir, aquello que se consideraba como identidad de partido se muta a una especie de lealtades al grupo castillista y que ya no radicaba en ideales partidarios, sino a agradecimientos y reconocimientos por favores personales realizados. Este proceso también incluyó repertorios tradicionales como la utilización de colores específicos, prendas etc.

Estos procesos identitarios, no solo fueron desarrollados de la manera mencionada por el castillismo, también se empieza a reemplazar identidades partidarias por lealtades personales en los grupos liberales, estos grupos con sus trabajos políticos en el territorio en épocas electorales y no electorales también empezaban a generar fidelidades, así que de ese modo esa transición no es ajena al Partido Liberal. Algunos de los encuestados afirman que a lo largo del siglo XX, muchos colectivos no simpatizaron con las propuestas y políticas del Partido Liberal o del Partido Conservador, por ende, comenzaron a surgir, poco a poco, nuevas corrientes partidistas. Ese surgimiento, sumado a la constitución del 91', empieza a generar otros tipos de expresiones asociativas, en la medida que el cambio institucional también garantizó la participación política a las minorías, eso directamente empieza a sumar en la oferta de los Partidos Políticos que ya venía desde los 80' y genera a largo plazo un debilitamiento de la identidad partidaria, puesto que el elector tiene mayores ofertas para su voto, muchas de ellas coyunturales.

Con relación a las Redes de Clientela en SBV, es pertinente apuntar que con aplicación de los instrumentos de recolección en el territorio se pudo observar una compleja Red de Clientela, conformada a partir de las Redes de favores anteriormente referenciadas en el Marco Teórico, estas participaciones o cupos en la administración fueron los que permitieron a fin de cuentas la consolidación de dichos grupos políticos. De este modo se identificaron tres pagos de favores:

1. Nombramientos de docentes municipales.
2. Pago de matrículas a estudiantes.
3. Contratos de mínima cuantía.

Ceñidos a la fundamentación teórica propuesta, estos pagos mostrados representan acceso a beneficios públicos tal y como los son los recursos del Estado. De este modo la primera transacción identificada, se configuró a partir de los cupos que los grupos políticos obtenían por los resultados electorales y que se evidenciaban con el nombramiento de contratos por prestación de servicios para los docentes allegados a dicho grupo, quizás era de las participaciones más solicitadas porque representaban una estabilidad laboral para quien los adquiriera, por eso dicho pago se hacía dentro de los círculos cercanos de los líderes del fortín político, en su mayoría familia.

La segunda transacción apuntada, da cuenta de la subsidiariedad en el pago de matrículas, esto era selectivo, así que por grupo político se tenían determinado número de matrículas que eran ya distribuidas a consideración de los dirigentes de dicha colectividad, en estos casos se disponían también de uniformes y útiles escolares.

La última transacción que consolida la Red de Clientela se desarrolla en la ejecución de contratos de mínima cuantía (en su mayoría) que se resumía en el arreglo y mantenimiento de vías terciarias y reparación de equipamientos municipales, de este modo se garantizaba la cohesión de los grupos políticos y el cumplimiento de los compromisos dentro de los miembros de las casas liberales. Cada grupo veía en estas oportunidades estrategias de consolidación territorial y afianzamiento con los líderes, porque era muy común identificar diferentes tipos de movimientos estratégicos de los líderes, que en busca de confort podían irse de un grupo hacía el otro.

Esta red de favores planteada en principio, no se muestra unas únicas transacciones, puesto que en la medida que los procesos políticos y sociales lo disponían se generan nuevas formas de consolidación de los grupos y la generación de participaciones en los distintos niveles territoriales, en efecto solo se identifican unas características dentro de una red favores que empieza de esta manera y se desarrollan de otra forma. La inmersión de nuevos actores al panorama político municipal, también generó nuevas formas de participación, y es así como el papel de las coaliciones empieza a ser importante; no existe entonces Redes de Clientela fuertes en el municipio si no hay coaliciones políticas sólidas, porque a partir de las alianzas estratégicas también se pone en juego el sistema de pesos y contrapesos través de las participaciones en la administración.

El acceso a los bienes públicos constituyó dinámicas complejas entre los grupos políticos y la Administración, dichos cupos en el Municipio se traducen no solo en participación local, sino también en departamental y nacional por los resultados electorales aportados, de este modo es como se evidencian casos de estrategias de veto, aún entre los mismos grupos disidentes liberales, es decir, que en consecuencia se puede observar que aunque se “perdieran las elecciones locales” se podía tener participación en la administración departamental, caso que permitía una especie de contra peso administrativo y político, y la búsqueda de coaliciones o pactos para la armonía política en el Municipio.

Un caso de lo mencionado, se examinó cuando el entrevistado N° 5 perteneciente a la MOIR, apuntó que aunque su candidato en la primera elección popular perdió contra Albert Behaine, él había quedado de presidente del consejo y que aun siendo ambos liberales, eran de casas liberales distintas, lo que conllevó esto, fue que la utilización de las coaliciones políticas para la consecución de los cupos fue una vía utilizada recurrentemente para mantener activo el grupo político en la administración del grupo político contrario.

De esta forma es como se desarrollan las coaliciones políticas como medios de consolidación de las Redes de Clientela en escenarios de oposición política, en efecto las Redes de Clientela son resultado de las coaliciones que permiten que la participación en la administración estuviese vigente en las distintas administraciones. En este sentido, el mismo entrevistado N°5 manifestó que para la segunda elección popular de alcaldes también perdió contra Miguel Oscar

Negrete, pero él (el líder), por su liderazgo y resultados electorales exitosos accedió a cupos departamentales y fue nombrado auditor del Municipio, lo que conllevó a una especie de capacidad de veto por su parte y a la obligación por parte del alcalde a transar con él y por ende la solicitud de participación en su administración. Estos casos mencionados dan cuenta de los procesos políticos y clientelares en el Municipio, muestran la forma de adaptabilidad de estas complejas redes y la forma de supervivencia a partir de la articulación de las realidades políticas y administrativas de momento.

Con el acceso al poder por parte del castillismo, la Red de Clientela entonces tiene un aspecto diferenciador, y es que los recursos privados empiezan a canalizarse a través de las vías públicas, por ende era otra forma Clientelar a partir de las transacciones económicas y políticas que se daban. Esta Red efectuada en este proceso, no puede comprenderse igual a las planteadas, sino más bien diferente, en la medida que las actividades ilegales lo que generaron fue una cantidad de recursos bastante importantes y por ende la utilización de ellos para la consecución de sus intereses. La capacidad de alianzas políticas se perdió, en la medida que no hubo necesidad de gestionar recursos ya que se contaban con ellos y se disponían en el Municipio. También hay desentendimiento del grupo político con los distintos niveles territoriales del partido al que pertenecían, pues el componente económico hizo creer una especie de emancipación política con respecto a las directivas departamentales y nacionales.

La experiencia en este caso mostró que estas Redes Clientelares que son generadas a partir de lealtades personales, duran lo que duran las transferencias de recursos. Este tipo de redes no son sólidas y suponen más una capacidad adquisitiva, que el poder de transar con otros grupos diferentes y la necesidad de estar en constante interacción con los distintos niveles territoriales para garantizar participación en otros escenarios políticos. El castillismo estuvo bastante distante de tener un proceso clientelar sólido por la canalización masiva de recursos privados a través de lo público que solo generaron lealtades personales y no compromisos políticos de largo plazo.

Con los procesos electorales restantes se vuelve a retomar las vías convencionales de hacer los acuerdos, los Partidos Políticos vuelven a mostrar sus capacidades de alianza, la inclusión de nuevos actores en los territorios como Representantes y Senadores, fortalecen las Redes de

Clientela y hacen que los grupos políticos aspiren a cupos importantes en el nivel departamental y nacional, de este modo las estrategias políticas de estos nuevos actores se fundaron a partir de la inclusión en la unidad nacional para así tener participación en las administraciones y evidenciar el apalancamiento de los recursos para el Municipio. El diseño institucional lleva a que el clientelismo sea la forma por excelencia de canalizar recursos del nivel central.

En otros aspectos, las juntas de Acción Comunal también fueron escenarios propicios para la consolidación de las Redes de Clientela, en la medida que los grupos políticos canalizaban a través de estos espacios la red de favores y fraguaban la cohesión de sus fortines políticos y la fidelización con el cumplimiento de compromiso de sus líderes. Aunque la activación de estos escenarios no fue completamente exitosa, dado que estos espacios asociativos en el Municipio no fueron participativos, porque históricamente habían sido instrumentos politizados y que se desvirtuaron en la toma de decisiones de sus territorios, es decir, que no fue muy regular observar que las juntas de acción comunal hubiesen estado dirigidas a pensar y empoderarse de los territorios, sino más bien a ser instrumentos coyunturales de los candidatos del momento. Entonces para los líderes había más garantías en los grupos políticos por la cohesión que existía, que en las juntas de acción comunales que solo pasaban a ser escenarios pensados como especies de vitrinas políticas para los candidatos; la excusa que utilizaban para llegar a las distintas partes del territorio.

También es pertinente decir que las Redes de Clientela se constituyen como mecanismos de poder territorial de los Partidos Políticos, en que el Partido Liberal con sus distintas alianzas y transacciones logró posicionar territorialmente la colectividad. Si bien hubo cambios institucionales importantes y la implantación de nuevas reglas de juego, estas redes se fueron adaptando por sus características dinámicas, integrando así a nuevos actores del escenario político municipal que impusieron sus intereses. Si bien la reforma política de 2003 obligó a los partidos políticos a asignar avales únicos por el partido, este cambio en las reglas de juego también fortaleció las Redes Clientelares, en la medida que era más evidente cómo los distintos Partidos Políticos generaban coaliciones interpartidistas y por ende al agendamiento de sus intereses en el panorama institucional. Estas redes de Clientela conformarían las distintas transacciones de favores que a partir de los distintos niveles territoriales se empiezan a fraguar, ya los diferentes grupos liberales vieron como obligación el hecho de hacer coaliciones y eso lo que generó también fue la

consolidación de nuevas redes de favores, en donde los cupos ya no son por grupo político determinado, sino al partido en general, en consecuencia las coaliciones de los grupos de las distintas casas liberales buscan mostrar resultados mucho mayores para aumentar la obtención de dichas participaciones.

A manera de resumen, con la información recolectada se observó en torno a estos dos conceptos (Identidad Partidaria y Redes de Clientela) una serie de procesos que no solo dan cuenta de estos dos elementos, sino que proyectan una serie de cambios que es importante apuntar, de este modo, se deben comprender como dinámicos y particulares del municipio, en los cuales se evidencia, que más que identidad partidaria, existe lealtad hacia las diferentes casas del Partido Liberal. Para ello se han priorizado cuatro procesos de manera cronológica, que dan cuenta de los cambios no solo institucionales sino del papel transversal de los elementos de Identidad Partidaria y Redes de Clientela en los marcos de los procesos electorales y el papel del Partido político en el territorio, que se resumen en la ilustración 2.

El primer aspecto que se hace referencia es al periodo de antes del 88', aquí se plantea que existió una identidad Partidaria fuerte, con una tendencia muy importante en donde reposaban los valores partidarios institucionales y la forma como respondían los simpatizantes del partido liberal, de esta manera los sujetos locales de la política conformaban redes de clientelas pero en pro de fortalecer el Partido Político, en este sentido las Redes de Clientelas están amparadas bajo una identidad fuerte que a fin de cuentas cimienta los valores fundacionales del Partido Político Liberal.

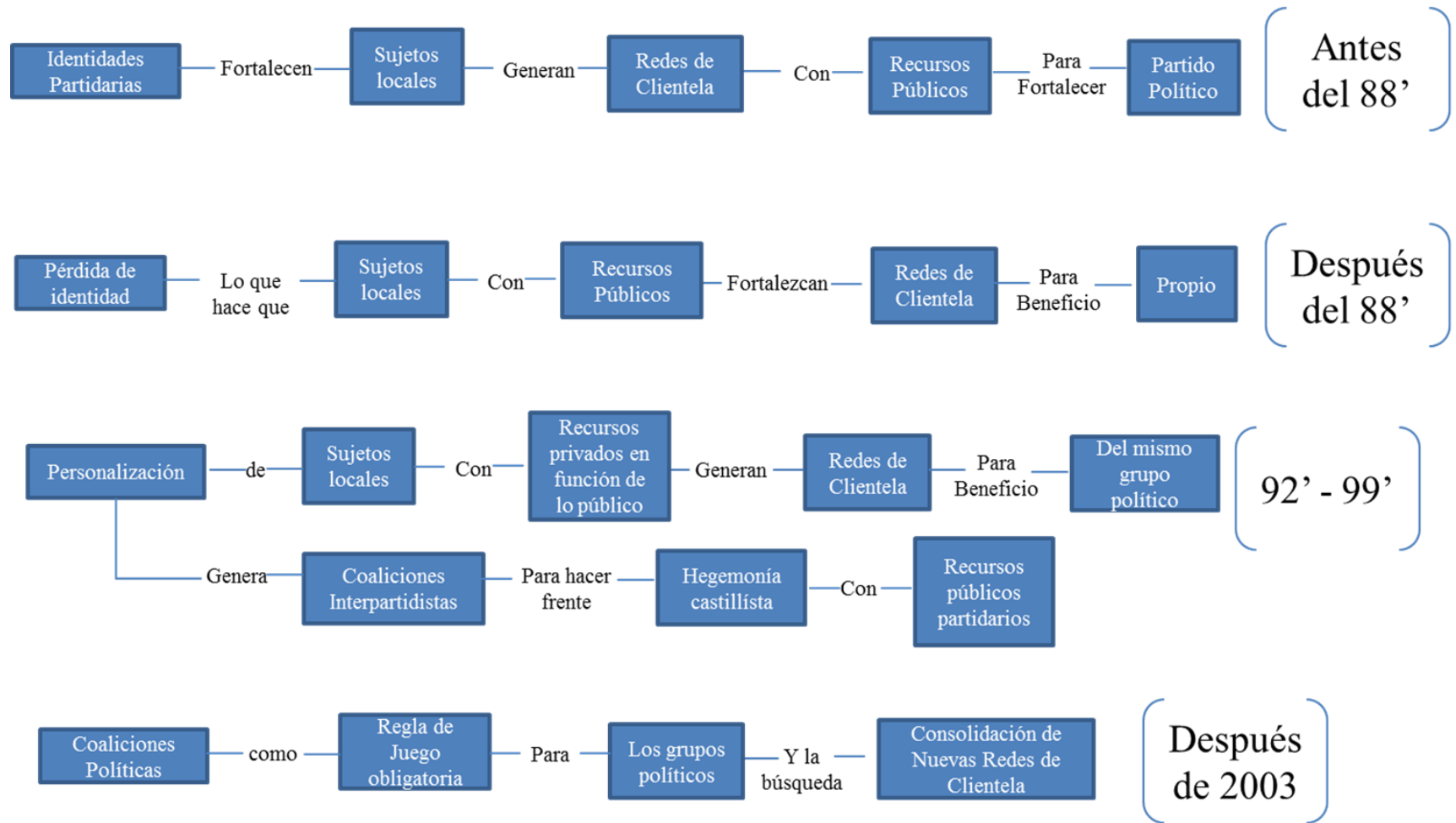
El segundo período que se identificó fue la década después del 88', con la primera elección popular de alcaldes, no solo hay dinámicas partidarias diferentes en los territorios, sino que esa primera experiencia electoral de nivel local lo que supone es una oferta partidaria amplia, es decir, para el caso de SBV donde el partido liberal era mayoritario en cuanto adeptos, las casas liberales eran bastante fuertes y por ende cada fortín ponía en el juego electoral su candidato. Había un abanico de posibilidades de candidatos del mismo partido, en este sentido, la orientación por el Partido Político ya se daba como un hecho, lo que había que fortalecer son los candidatos de cada casa liberal, es así como existió una pérdida de la identidad partidaria en la medida que se supone por parte de los grupos políticos una tendencia a su partido y se fortalecen son los sujetos locales,

actores que conformarán también redes de clientela como mecanismo por excelencia para consolidar sus grupos, pero estas redes de clientela en este caso no fortalecen al partido sino a los mismo sujetos locales

El tercer período observado se ubica del 92' al 99, aquí sucede un fenómeno bastante complejo: la inserción de capitales privados en función de lo público. Como ya se mencionó, hay dinámicas ilegales ligadas al narcotráfico que no solo terminan de liquidar la Identidad Partidaria sino que la remplazan por una personalización, el grupo castillista radicó su accionar político a través del fortalecimiento de las lealtades personales, de modo que la personalización de los sujetos locales a través de las Redes de Clientela ponen en juego recursos privados en el escenario de lo público, en efecto, estas dinámicas con transacciones económicas bastante grandes, lo que hacen es generar distintas lealtades personales que terminan fortaleciendo y consolidando el grupo político, no obstante las Redes de Clientelas que se forman a partir de aquí son un instrumento para que sus actores estén en los escenarios convencionales de la política. En otros aspectos, este fenómeno creó coaliciones políticas como mecanismo de respuestas a la hegemonía del grupo castillista, la coalición política en este caso es la forma como los otros grupos políticos del territorio le hacen frente al grupo castillista, entonces se generaron coaliciones interpartidistas, los partidos políticos tradicionales (liberales y conservadores) hicieron coaliciones para poder competir electoralmente en las urnas contra el Castellismo.

El cuarto y último periodo que se hace referencia es el que se comprende después del 2003, donde se ubica la reforma política, en esta ocasión ya la coalición política no es un mecanismo de oposición política, sino la regla de juego que se implanta desde la reforma institucional, la modificación del marco normativo casi que obliga a los grupos políticos del mismo partido a que se llegue a consensos internos para asignar el único aval, hecho que trae consigo no solo alianzas estratégicas, si no coaliciones políticas fuertes para hacer frente a los demás Partidos Políticos que interactúan en el territorio.

Figura 2. Procesos de transformación identitaria y de las Redes de Clientelas en SBV.



Fuente: elaboración a partir de los datos recolectados.

5. CONCLUSIONES

Todo el trayecto que se observa del Partido Liberal en su componente de largo plazo en SBV, no responde al hecho de que haya una Identidad Partidaria arraigada en el territorio, sino más bien que la hegemonía del Partido Liberal obedece a dinámicas diversas que se materializan a través de las Redes de Clientelas y en la capacidad de hacer coaliciones con distintos grupos políticos para llegar al éxito electoral. Esta ostentación del poder de Partido Liberal integra dinámicas fidelizadoras por parte de los grupos políticos con los votantes y que en los períodos identificados en los procesos electorales no son identitarios a favor del partido, sino identitarios a favor de los sujetos del partido que se configuran entonces en lealtades personales donde se redireccionar el voto no al Partido Político sino a un “patrón”.

Esto no quiere decir que nunca existió una Identidad Partidaria en el municipio, los entrevistados concuerdan de que antes de la primera elección popular de alcaldes que tiene lugar en el 88’ se lograba apreciar un apego simbólico e identitario con el partido y que eso se reflejaba en los comicios de Senado y Presidencia, luego de esto, lo que sucede es que el Partido Político al tener la posibilidad de asignar varios avales a la vez, lo que hace es aumentar la oferta partidaria en el municipio. En este sentido el voto por el partido se da como un hecho puesto que la oferta partidaria liberal en el territorio era mayor, evidencia de ello es que se había identificado tradicionalmente la mayoría del Municipio como simpatizante liberal; en efecto estos procesos van perdiendo la esencia de Identidad Partidaria y empiezan a personalizarse alrededor de los sujetos políticos que generan unas Redes de Clientela particulares para así garantizar la supervivencia de los grupos políticos a través de los cupos en las administraciones de nivel local, departamental o nacional a través de los resultados electorales demostrados en el territorio.

Con respecto a las Redes de Clientela en el Municipio, al aplicarse los instrumentos de recolección de datos se logró identificar una compleja Red de Favores que configuraron esas Redes de Clientela, no se puede hablar de una RC definida, en el sentido de que no ha sido la misma a través de los años, se observan dinámicas alrededor de estas RC, están en constante cambio e integran nuevos actores convencionales de la política que siempre tienen transacciones que ofrecer. Los intereses al pasar de los años van cambiando y con ellos también las dinámicas referidas de las

RC, lo que también se logra evidenciar es que estas redes han sido las estrategias por excelencia de la consolidación territorial de los grupos políticos liberales a través de los años.

En el desarrollo del trabajo se apuntó que el clientelismo tenía un importante componente y era el entendido como transacción de favores y este a su vez se entendía como: el acceso a beneficios públicos, votos y acceso a los recursos del estado. De este modo se lograron identificar una compleja Red de Favores que a su vez le daban sentido y apuntan a la consolidación de los grupos políticos, en SBV se logró observar un particular fenómeno anclado en los 90' y fue la inserción de capitales privados en función de lo público, estos flujos de dinero de importante cuantía en función de lo público no solo redujeron la capacidad de gestión por parte de ciertas administraciones, si no que a través de las dadas se lograron fraguar unas lealtades personales no al partido sino al grupo político, esto también se logra convertir en RC en la medida que los recursos se convierte en públicos cuando se integran a las dinámicas de la administración pública.

En el cambio institucional de 2003, que se materializa como la reforma política, se imponen nuevas reglas de juego, donde una de las principales características de esto es que los partidos ya solo asignan un aval, lo que supone ello es que ya las coaliciones internas entre los distintos grupos del Partido Liberal no es una opción sino una obligación, puesto que mostrarse sólidos y llegar a acuerdos multilaterales les garantiza tener con que enfrentarse en los distintos comicios electorales, de este modo las RC en su característica dinámica empiezan a tomar otras formas y es que ya los resultados electorales deben ser mayores para poder aspirar a mas cupos. Ya los grupos todos luchan por las distintas participaciones y por mantener vivas políticamente sus casas liberales.

Después del 2003, hay la inserción de nuevos actores en la política municipal y con ellos una nueva marca partidista como el Partido de la U, que a través de las coaliciones políticas logran el éxito electoral y así la oportunidad de asignar participaciones en los distintos niveles, esto ligado al debilitamiento del Partido Liberal en el Departamento y al abandono por parte de los dirigentes nacionales y departamentales con los actores municipales, lo que generan es un redireccionamientos de los grupos políticos, donde en un hecho de emancipación y por mantenerse activos políticamente las coaliciones vienen siendo el instrumento que se tienen para seguir en el territorio municipal.

Estos procesos electorales en SBV han sido analizado bajo el lente de la Ciencia Política, en la medida que el reconocimiento de los actores en distintos niveles de poder ayudaron a la comprensión de la realidad municipal, la identificación de los fenómenos y dinámicas que han logrado marcar la historia políticas de SBV. También los antecedentes políticos del territorio, dan cuenta de transformaciones que se lograron periodizar y así mostrar al elector de forma clara los cambios estructurales en los distintos procesos, para dar solución a la incógnita planteada en principio mediante la utilización de los instrumentos de recolección de datos.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, I. (Julio, 2009). Elementos conceptuales del clientelismo político y sus repercusiones en la democracia. *Reflexiones*, 88(2), pp. 27-36.
- Aguilar, J. (2008). Identificación Partidaria: apuntes teóricos para su estudio. *Revista Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico*, 4(2), pp. 115-146.
- Anton, S. & Sandes, L. (2008). Redes para las nuevas formas del clientelismo político. *Revista Confluencia*, 7, pp. 29-52.
- Araoz, S. (1977). *Historia del frente nacional*. Bogotá: Presencia.
- Barrios, M. (2011). Clientelismo y Familias en Acción: una mirada desde lo local. *Revista Opera*, (11), pp. 147-164.
- Betancourt, C. E. (2000). Clientelismo y asimetría de agendas en la descentralización colombiana. *Economía Colombiana y Coyuntura Política*, (281), pp. 82-91.
- Blanco, J. O. (2013). Estructuras clientelares y partidos políticos. Aproximaciones a la crisis y transformación de los sistemas de partidos en Colombia y Venezuela. *Revista De Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 8(1), pp. 207-231.
- Corrochano, D. H. (2002). El clientelismo posmoderno. *Perfiles Latinoamericanos*, 10, pp. 131-155.
- Dávila, A. (1999). Clientelismo, intermediación y representación política en Colombia: qué ha pasado en los noventa. *Estudios Políticos*, (15), pp. 61-78.
- Duarte, J. H. (2003). *Educación pública y clientelismo en Colombia*. Medellín: Universidad de Antioquia.

- Escalante, F. (1998). *Clientelismo y ciudadanía en México: Apuntes sobre la conceptualización de las formas de acción política*. México: Instituto Mora.
- García, M. (2010). *Estado alterado: clientelismo, mafias y debilidad institucional en Colombia*. Santa Fe de Bogotá: DEJUSTICIA.
- Granda, A. (1996). *La recomposición del clientelismo en Medellín a partir de la elección popular de alcaldes*. (Tesis para optar al título de Maestría en Ciencia Política). Universidad de Antioquía. Medellín, Colombia.
- Guerrero, L. (2013). *Clientelismo político ¿desviación de la política o forma de representación? Estado del arte sobre las aproximaciones al clientelismo en Colombia 1972-2012*. (Tesis para optar al título de politólogo). Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Bogotá D.C, Colombia.
- Gutiérrez, G. (1998). *La ciudad representada. Política y conflicto*. Bogotá: IEPRI-Tercer Mundo.
- Leal, F. (1989). El sistema político del clientelismo. *Análisis Político*, (8), pp. 8–32.
- Moreno, Y. (2014). *Análisis de las elecciones populares de alcaldes y redes clientelares en el municipio de Quibdó en los periodos 1988 al 2011*. (Tesis para Optar al título de Politólogo). Universidad de Antioquía, Medellín, Colombia.
- Njaim, H. (1996). Clientelismo, mercado y liderazgo partidista en América Latina. *Nueva Sociedad*, (145), pp. 138–147.
- Ocampo, G. (2003). Conflicto urbano, clientelismo y resistencia en Córdoba (Colombia). *Revista Colombiana de Antropología*, 39, pp. 237-272.
- Peralta, M. I. (2006). *Las estrategias del clientelismo “social.”* Argentina: Espacio Editorial.

- Pizano, L. (2001). Caudillismo y clientelismo: expresiones de una misma lógica. *Revista de Estudios Sociales*, (9), pp. 75-83.
- Schroter, B. (2010). Clientelismo político: existe el fantasma y ¿cómo se viste? *Revista Mexicana de Sociología*, 72(1), pp. 141–175.
- Tarapues, M. (Julio-Diciembre, 2012). Las redes clientelistas en los márgenes de estado. *AGO. USB*, 12(2), pp. 214- 547.
- Trotta, M. (2003). *La metamorfosis del clientelismo político: contribución para el análisis institucional*. Buenos Aires: Espacio.
- Value, N. (30, octubre, 2006). PC de Don Berna enredaría a 4 paras. *El tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2254307>