



**EL PESO DE UNA JEFATURA  
EL TRABAJO POLÍTICO DE BERNARDO GUERRA SERNA  
1970-1988. MEDELLÍN, ANTIOQUIA.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO MAGISTER EN CIENCIA POLÍTICA**

**LAURA MARÍA ECHEVERRY LÓPEZ  
ASESORA DE INVESTIGACIÓN: PROFESORA ADRIANA GONZÁLEZ GIL**

**MAESTRÍA EN CIENCIA POLÍTICA  
Instituto de Estudios Políticos  
Universidad de Antioquia  
Medellín, Antioquia  
2017**

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	3
1.1 El clientelismo Político y la Democracia .....	19
1.1.1 La perspectiva sociocultural y la participación política .....	25
1.1.2 Clientelismo y protesta .....	30
1.2 El clientelismo político y la vulnerabilidad económica.....	34
1.3 El clientelismo político y la perspectiva sociocultural .....	45
CAPÍTULO 2 .....	55
EL PESO DE LA JEFATURA.....	55
2.1 De su recorrido.....	65
2.2 Los cargos de Representación Pública .....	70
2.3 La red como estrategia .....	72
CAPÍTULO 3. ....	80
LA CAPACIDAD DE CONSECUCCIÓN DE VOTOS .....	80
3.1 La práctica del clientelismo.....	83
3.2 La noción de enraizamiento.....	87
3.3 La Casa de Mármol .....	90
3.4. El acceso a los recursos del Estado:.....	95
Atribución de obras Infraestructura y acceso a la Nómina y Auxilios Públicos .....	95
3.5 Cargos, votos y políticas .....	107
CONCLUSIONES .....	113
BIBLIOGRAFÍA .....	117

### Gráfico1.

Línea de tiempo. Cargos Ocupados por Bernardo Serna

### Tablas

Serie 1. Resultados Electorales. Corporaciones Públicas. Medellín. 1970 – 1988

Serie 2. Resultados Electorales. Corporaciones Públicas. Departamento de Antioquia. 1970 – 1988

Serie 3. Resultados Electorales Bernardo Guerra Serna. Corporaciones Públicas. 1970-1988.

Serie 4. Resultados Electorales Corporaciones Públicas. Peque, Antioquia 1970-1988

Serie 5. Resultados Electorales, Concejo Municipal. Peque, Antioquia. 1978 - 1988

## INTRODUCCIÓN

“(…) el clientelismo es esencialmente una relación social con unas características específicas, que se desarrollan al interior de redes sociales, definidas como un “conjunto bien delimitado de actores –individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales.” Esto supone pensar la sociedad en término de relaciones que dan cuerpo y forma a la estructura social”<sup>1</sup> (Lozares, 1996)

Como se señala en diversas publicaciones a nivel nacional, la literatura sobre partidos políticos es en general abundante. Sin embargo, se ha identificado<sup>2</sup> la necesidad de complementar tales aportes con indagaciones precisas sobre la “práctica” política más cotidiana de los partidos. Esto hace referencia directa a la necesidad de realizar estudios localizados, que se concentren en las estructuras organizativas de los partidos, no sólo de carácter externo, sino -de manera prioritaria- en las descripciones de estructuras internas y dinámicas particulares que configuran los partidos a lo largo de su trayectoria. Esta situación reitera la necesidad de realizar estudios de caso, ya sea de un partido o facción específica o de la trayectoria de un jefe político.

Específicamente, el objeto de estudio de este trabajo alude a un fenómeno, denominado por algunos autores como “el advenimiento de los emergentes” y “el desplazamiento de los notables” (Gutiérrez, 2007; Franco, 2005; Ocampo, 2015). Este, referencia un proceso de movilidad social de una generación de políticos que ingresan con la fuerza de sus resultados electorales a disputar el poder con líderes de tradición partidista regional y nacional. Este proceso se suma a transformaciones en la estructura espacial y social del

---

<sup>1</sup>Lozares Colinas, Carlos, “La teoría de las redes sociales”. En Papers. Barcelona. No 48. 1996. Universidad Autónoma de Barcelona. Pág. 103-126.

<sup>2</sup> Véase: Gutiérrez, Sanín (2005), Arenas & Escobar (2003), Rubio, Serrano (2006). Arenas & Arenas & Echeverry (2007)

país, asociadas a la industrialización y urbanización acelerada de ciudades como Medellín y, en general, a cambios en las actividades productivas del país, motivadoras de una importante migración de personas (mano de obra) del campo a la ciudad.

Los emergentes, como se ha denominado a este tipo de dirigentes políticos, se insertan en los partidos de ciudades grandes e intermedias, desplazando a “notables”, a través de prácticas “efectivas de construcción del voto” como la intermediación clientelar, las cuales actúan como sustento de ciertas subestructuras de la organización partidista<sup>3</sup>.

Sobre ello, Francisco Gutiérrez<sup>4</sup>, subraya un proceso predominante en los años 80s, que denomina el triunfo de los “baronatos”, y el opacamiento de los “notables” tradicionales de la política partidista colombiana. Puntualmente, lo describe como el tránsito de unas prácticas electorales basadas en componentes regionales y locales, lazos vecinales y de parentesco, filiaciones ideológicas, y un sistema de incentivos selectivos, donde los liderazgos eran detentados por personalidades con un alto nivel de hegemonía, hacia unas nuevas socio técnicas basadas en la efectividad en las urnas<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Franco Restrepo señala que “el advenimiento de los “emergentes” [hace referencia a los barones electorales nombrados por Gutiérrez] a los centros de poder de la esfera política tuvo un doble sentido. En primer lugar, se trató de un desplazamiento de la periferia al centro de decisión política; es decir, de los pueblos pobres y aislados a una ciudad en formación que tendía a la concentración de las actividades de producción, circulación, gestión y consumo. En segundo lugar, fue un proceso de ascenso paulatino al pináculo de los directorios departamentales de los dos partidos, con el fin de modificar o participar de los mecanismos de nominación de candidaturas y tener acceso así a los cargos público –tanto de nominación como electivos–. Hablar de desplazamiento y ascenso al interior del sistema de partidos en el ámbito regional significa que no se trató de un asalto o irrupción repentina, porque estos provincianos eran parte de la base de la estructura partidaria. Estos tenían como antecedente su articulación a los directorios municipales de los partidos o a los comandos de juventudes de los mismos” (Franco Restrepo, 2006: 211).

<sup>4</sup> Véase: Gutiérrez Sanín, Francisco. ¿Lo que el viento se llevó? Los partidos Políticos y la democracia en Colombia 1958-2002. Bogotá, 2007.

<sup>5</sup> Parte de esta explicación en el plano nacional, se evidencia, según Gutiérrez, a través de las transformaciones atravesadas por el turbayismo, y que son presentadas como tres situaciones resultado de las propias estrategias desarrolladas por esta tendencia liberal. Por una parte, el turbayismo promueve una descentralización del partido, que fortalecería las jurisdicciones regionales. Bajo esta descentralización, el oficialismo liberal pierde cohesión e ideologización, y por tanto, estabilidad. Ello genera un cambio importante en las jerarquías de la red política, donde los niveles inferiores alcanzan mayores elementos de presión. En segundo lugar, las maquinarias electorales se caracterizarían por su aislamiento, ya que el turbayismo se ocuparía de desactivar las nociones de lo nacional y daría predominancia a las estructuras

Según este autor, hasta 1970, facciones liberales regionales, tenían un predominio indiscutible y privilegiado, donde a partir de esta década la situación se hace cada vez mas aislada, y las facciones regionales en aumento se disputan ferozmente su predominio. Puntualmente, en el liberalismo antioqueño, se destaca el Directorio Liberal de Antioquia (DLA), bajo la jefatura de Bernardo Guerra Serna, el cual plantea una fuerte oposición a otras facciones liberales de la región. Tal faccionalismo generaba un panorama de disputas, y ponía a las direcciones regionales y nacionales en una delgada línea entre la aceptación y el rechazo de los contendores. “La gestión del liderazgo partidista se concentró en administrar las pequeñas susceptibilidades locales y departamentales” (Gutiérrez, 2007: 173).

Continuando con la reflexión sobre el valor o significado de los “votos”, apunta Gutiérrez (2007) que tanto para los turbayistas, como para los partidos tradicionales colombianos, operaba la lógica bajo la cual los votos tenían un valor clave y más allá de ello que las bases de los partidos los reconocían y estimaban. Así, los líderes (en todos los niveles) determinaban su peso según la cantidad de votos que pudieran ofrecer. Aquí, adquiere significación la expresión típica de los políticos de “hacerse contar”, que revela tanto la importancia de los votos que cada líder puede aportar como la idea de que las disputas de liderazgos se resuelven con votos (no con discusiones sobre programas o ideas políticas), potenciando el faccionalismo al infinito. Esta marca puede rastrearse como un aprendizaje (una forma de hacer) que marcó las trayectorias de muchos líderes políticos exitosos de la época, en el nivel local y regional.

---

locales y regionales, Estos mecanismos hacían la política particularista más eficiente, bajo una idea de promoción de “la movilidad social”, pero socavaban la organización interna del partido y agudizaban, lo que el autor considera -un tercer cambio importante en el turbayismo-, los crecientes problemas de acción colectiva, ocasionados por las transformaciones en las relaciones de fuerza de la escena electoral.

Este asunto, implica otro relacionado con los mecanismos para la obtención de dichos votos, específicamente la distribución de los recursos. Así, “la técnica de la política oficialista generaba insatisfacción crónica” (Gutiérrez, 2007: 180) al asignar de manera particularista, recursos escasos a cambio de votos. Las entregas parciales de dichos recursos generaban insatisfacciones que se tornaban en abandono de filas y todo tipo de negociaciones. Entre la política turbayista (de alianza antsubversiva) y los conservadores se generaba un cuidadoso reparto burocrático, que generalmente dejaba inconforme a las bases liberales. Lo interesante es que esto está encadenado con el punto anterior y que permite mostrar que el faccionalismo es en parte resultado de la intención de “hacerse contar” de alguien que está insatisfecho con la distribución de incentivos selectivos dentro del partido<sup>6</sup>.

En este contexto y retomando el caso que ocupa esta indagación –Bernardo Guerra Serna- cabeza de los llamados barones emergentes de la época, logra una coexistencia con el notablato antioqueño, propiciada por una organización regional que le permitió escalar a través de su reconocimiento electoral (tanto al interior del liberalismo como de cara al conservatismo) e impulsada por una idea de oposición al centralismo bogotano y antioqueño del Club Medellín y del Club Unión<sup>7</sup>, como representantes de un bloqueo en el acceso al Estado, que los excluía, principalmente, del control de las nominaciones a cargos de representación.

Este fenómeno, se inscribe así mismo en unas condiciones históricas particulares de la política regional, caracterizadas por los legados y adaptaciones del Frente Nacional (el trabajo de investigación abarca el periodo entre 1970 y 1988), demandas de

---

<sup>6</sup> Al respecto, el trabajo de Arenas & Ospina (2006) sobre faccionalismo describe ampliamente la dinámica del fraccionamiento partidista en Medellín entre 1958 y 1986.

<sup>7</sup> El Club Unión y el Club Medellín son reconocidos clubes sociales que han hecho parte de la historia de Medellín, donde convergen personalidades locales del ámbito político y económico. Específicamente, el Club Unión (creado a finales del siglo XIX, 1894), es para la época del estudio, el epicentro de la *élite tradicional* del partido liberal, y en general de líderes y procesos destacados del campo político, administrativo y empresarial de la ciudad.

descentralización política y administrativa, crecimiento e industrialización de las ciudades, ascenso de los niveles de violencia, acentuada por la consolidación de milicias urbanas y el auge del narcotráfico<sup>8</sup>.

Debe anotarse que, la reconfiguración de la política partidista de la época, impulsada por el protagonismo de este grupo de políticos, no implicó una transformación estructural en las formas de relacionamiento de las élites, ni en la estructura general del ejercicio político. Así, los nuevos dirigentes fueron calcando sus prácticas y lógicas de ascenso social, ahora reacomodado, y a modo de la “ley del hierro de la oligarquía” de Michels, configurando nuevas barreras de acceso para el control del Estado y sus recursos. En esta línea, anota Franco (2006)

(...) se rompe con una tradición plutocrática en la conducción de los partidos y el Estado local, sin traer (...) un salto transformativo en el ejercicio del poder político ni en la estructura de poder de la sociedad regional. Por el contrario, condujo a un proceso de reacomodamiento y adecuación formal, que supuso, de un lado, la integración de los emergentes como grupo-apoyo, en el ámbito tanto de la estructura como de las prácticas políticas y la asignación de una función en la proyección ideológica de la unidad (abstracta) de una sociedad escindida y conflictiva; y del otro, un replanteamiento de la relación de los grandes propietarios –en particular de los industriales– con los directorios políticos y en particular con los nuevos profesionales de la política, para garantizar el control del aparato de Estado (Franco, 2006: 238-239).

Así, entre las décadas del sesenta y el ochenta, según señala Franco (2006), se da el ascenso y auge de políticos como Bernardo Guerra Serna, J. Emilio Valderrama, William Jaramillo Gómez, Ignacio Vélez Escobar, Álvaro Villegas Moreno y Federico Estrada Vélez, formados en el marco del Frente Nacional, lo que significó el ascenso de estos políticos emergentes al interior de la organización regional de los partidos liberal y conservador, interpretado como un mecanismo de movilidad social.

---

<sup>8</sup> Franco describe este periodo de transición resaltando cómo las élites y la nueva coalición dominante – emergentes y tradicionales- deben desarrollar la capacidad de vincular el poder político y económico para el gobierno de una sociedad urbano-regional en proceso de transformación, crecimiento, y bajo una nueva normatividad institucional.

En estas circunstancias, se subraya la importancia que adquiere para el impulso de la racionalización personalista, la cual trastoca las formas de organización partidista, principalmente en el nivel subnacional, generando nuevos liderazgos y múltiples escisiones, generalmente centradas en el interés de acceder a las nominaciones y recursos del poder local. El clientelismo, como mecanismo divisorio en la lucha por los escenarios de acceso al poder y la dificultad de las organizaciones partidistas desde lo nacional de controlar sus bases locales y regionales, van a actuar como detonante de dicho fenómeno (Duque Daza, citado por Franco, 2006: 239).

Vale la pena anotar que en este panorama complejo y como señala Gutiérrez, no se dan unanimismos en tanto las preferencias partidistas, aunque se presentan predominios importantes, con lo que se quiere indicar que la contienda política, lejos de estar garantizada, implicaba importantes estrategias de movilización y construcción del respaldo electoral. Este escenario de competencia propicia decididos enfrentamientos entre los partidos y facciones, donde se destaca un “tono pugnaz” en las declaraciones de los diferentes grupos (Gutiérrez, 2007).

Así mismo, y no menos importante, se debe reiterar el peso de las tradiciones como parte de la estructura misma de este proceso. Las prácticas clientelares instaladas a partir del posicionamiento de los emergentes se sustentan en importantes prácticas culturales, apelando a una categoría o enfoque del fenómeno clientelar denominado sociocultural, donde se hace énfasis en relaciones entre los actores, en el marco de unas determinadas lógicas e imaginarios colectivos localizados en la Medellín y la Antioquia de los años 70.

Planteado este escenario, esta investigación se propuso indagar por la trayectoria política de Bernardo Guerra Serna, quien, como uno de los miembros más significativos del Partido Liberal en Antioquia, tejió una considerable *red* de apoyo político que lo sostuvo

durante más de dos décadas en un papel protagónico, tanto al interior del Partido Liberal como en el escenario de la vida política local y regional entre 1970 y 1988.

Para este propósito se diferencian tres dimensiones analíticas. La primera, se ocupa del individuo: la trayectoria política de Bernardo Guerra Serna y su significado en el contexto de la política regional colombiana; la segunda, se refiere a la estructura: estrategias, lógicas e imaginarios que Bernardo Guerra Serna construye a lo largo de su liderazgo en la política partidista durante el periodo de estudio. Y la tercera, su capacidad para construir un electorado estable.

Específicamente, las preguntas que orientaron el trabajo buscaron responder a asuntos relacionados con la consolidación, permanencia y superioridad del poder político electoral de Bernardo Guerra Serna en Medellín (durante el periodo de estudio 1970-1988); en ello se pregunta por los rasgos de un liderazgo particular que se asocian al éxito y predominancia electoral de una facción en una ciudad y región: ¿cuáles prácticas o socio técnicas realiza el DLA desde la jefatura de Bernardo Guerra Serna, en el marco de su competencia con otras facciones liberales, las cuales puedan asociarse a su éxito electoral?. Para avanzar en este análisis, son importantes las principales perspectivas teóricas desde las cuales ha sido abordado el clientelismo político: argumentos centrales que se plantean en la relación del clientelismo, la vulnerabilidad socioeconómica y la democracia, incorporando como centro de los cuestionamientos el contexto sociocultural.

Ahora bien, con respecto a la primera dimensión analítica, las preguntas se dirigen a la historia personal de Bernardo Guerra Serna, en tanto su vinculación con el mundo de la política. El objetivo central es un acercamiento al individuo y a su proceso personal, una narración cercana o delineamiento de su perfil político. Se asocian aquí preguntas como: ¿Cuáles elementos de su historia personal y familiar tienen importancia para su carrera política? ¿Cuáles han sido sus actividades económicas particulares y cómo se asocian a su

trabajo en el partido? y/o ¿Cuáles elementos de su historia personal adquieren incidencia en su trayectoria? Asimismo, se indaga por imaginarios, ideas, principios, asumidos por el dirigente que puedan vincularse a sus prácticas partidistas y en general explicaciones que este y sus copartidarios asignan al poder político y electoral alcanzado.

Con respecto a la segunda dimensión de análisis, la preocupación fundamental es la identificación de algunos elementos de la estructura de la facción (DLA) y sus adaptaciones al contexto sociopolítico de la escena partidista regional y nacional. Aquí, se asocian cuestionamientos por ¿Quiénes y a través de que mecanismos se toman las decisiones más importantes en la facción? ¿Quién designa los candidatos a cargos de representación? ¿Quién adjudica los cargos públicos? Igualmente, se indaga por los asuntos como los cargos públicos de mayor incidencia a los cuales tenían acceso, algunas estrategias de vinculación entre la ciudad y el resto del departamento y el papel que jugaban la ideología y la política programática.

Ambas dimensiones tienen como categoría transversal la intermediación clientelar y su relación con la consolidación del éxito electoral del DLA. Para esta tercera dimensión analítica, se parte de una aproximación a la capacidad del clientelismo político como estrategia para consolidar el éxito electoral del DLA. Se formulan preguntas como: ¿Cuáles son las principales estrategias para ganar reconocimiento en los territorios electorales de la ciudad y el departamento? ¿Cuáles fueron las principales estrategias para la obtención de los votos? También, se indaga por proyectos de obras sociales y de infraestructura a nivel local y departamental desarrollados con el objetivo de consolidar un electorado estable y fuerte, asociado al éxito electoral del DLA y de Bernardo Guerra Serna.

En esta dirección, constituye un insumo fundamental la presencia de los miembros del DLA en cargos de representación pública local y departamental, así como su comportamiento frente a otros partidos y otras facciones del liberalismo durante el

periodo de tiempo que abarca el estudio, la participación de Bernardo Guerra Serna y del DLA en el Congreso, Senado de la República, Concejo de Medellín y Asamblea departamental de Antioquia.

Recapitulando, a partir del problema y las preguntas planteadas, este trabajo tiene como propósito central, analizar la construcción y mantenimiento de la facción política (DLA) partidista de Bernardo Guerra Serna como dirigente político del liberalismo antioqueño entre 1970 y 1988, desde una mirada a las prácticas, metodologías e imaginarios políticos de dicho dirigente y otros intermediarios cercanos, quienes llevaron adelante el proyecto del DLA, durante el periodo señalado.

Se parte de un planteamiento hipotético según el cual, tales estrategias implementadas por los dirigentes, imprimen un estilo y lógica de hacer las cosas que va dejando un sello particular y que para el caso, arroja importantes resultados de éxito a nivel de reconocimiento social y apoyo electoral. Específicamente, este trabajo concentra sus preguntas en las estrategias político partidistas asociadas a las prácticas del clientelismo político. Del mismo modo, se analiza el papel de Bernardo Guerra Serna en las dinámicas organizativas del liberalismo antioqueño y de la política partidista colombiana. Como parte de esta propuesta analítica se observa el comportamiento político electoral del DLA entre 1970 y 1988 en tanto su presencia en las corporaciones influyentes de la ciudad y la región.

Tanto la identificación de la red o de algunos de sus componentes, como la caracterización de las estrategias políticas, demandan la revisión de una trayectoria individual. Es decir, las estrategias que se utilizan en pro de la permanencia y el fortalecimiento de una facción, y la red en la que estas son construidas, parten del acercamiento a un actor que para el caso asume su liderazgo. Se insiste en que estos son procesos que demandan un acercamiento de carácter cualitativo que aporte descripciones al estado actual de los hallazgos sobre nuestro fenómeno partidista.

Bajo esta lógica, la necesidad de realizar adecuadas descripciones justifica la realización de trabajos que interpreten el papel de personajes de la vida política nacional y regional, los cuales combinan su historia personal con la de las organizaciones partidistas en las que han militado. Trabajos en donde se combinen *descripciones* y un adecuado *esquema de análisis*, que permita ir más allá del ejercicio biográfico, vinculando la *trayectoria política* de los personajes con la *dinámica organizativa de los partidos* y con los *momentos de cambio del sistema político*. (Arenas, 2007).

Para lograr lo anterior, metodológicamente se partió de la construcción de un sistema categorial, en el cual se definieron categorías centrales a través de las cuales se operacionaliza la información bibliográfica, estas son: organizaciones partidistas, estrategias y jefatura y/o liderazgo. A partir de estas, se derivan categorías secundarias, tales como: estructuras organizativas, partido liberal, enraizamiento, redes clientelares, territorios, intercambios, e intermediarios. Categorías principales y secundarias están presentes a lo largo de todo el estudio.

Con relación a las fuentes y estrategias de sistematización y análisis de la información, esta investigación partió, en primer lugar, de una exhaustiva revisión bibliográfica, que concentra principalmente estudios de caso sobre intermediación clientelar partidista en América Latina<sup>9</sup>. Los autores más citados en esta revisión son Javier Auyero y Francisco Gutiérrez Sanín. En segundo lugar, una aproximación teórico conceptual que permitiera orientar el camino de la indagación empírica. En este sentido son relevantes los hallazgos conceptuales que permitieron clasificar en tres grandes perspectivas de análisis el clientelismo político: el clientelismo y su relación con la democracia, su relación con la vulnerabilidad socioeconómica, y el clientelismo y su lectura a partir de la perspectiva sociocultural. Las tres miradas plantean una propuesta analítica que permite argumentar

---

<sup>9</sup> Se realizó una revisión total de 53 títulos. Véase bibliografía.

que en tales perspectivas se recogen los principales dilemas teóricos, morales y metodológicos del clientelismo como objeto de estudio en la región<sup>10</sup>.

En tercer lugar, fue preciso diseñar una estrategia de recolección de información que permitiera el examen del caso en cuestión. Para ello se priorizó la realización de entrevistas a Bernardo Guerra Serna y a políticos de la época, tanto copartidarios como pertenecientes a otras facciones del liberalismo y al partido conservador, para un total de diez (10) entrevistas<sup>11</sup>. Complementariamente, se revisaron otras fuentes de información relevantes como algunas publicaciones de prensa local en los periódicos –El Colombiano y El Mundo- (Ver webgrafía) así como en una revista de circulación nacional –Revista Semana-.

Para el procesamiento de la información, como se señaló antes, se construyó un sistema categorial constituido por tres categorías principales que permitieron operacionalizar, especialmente, las diez (10) entrevistas, así: la estructura, las estrategias y la jefatura. En la primera se asocian descriptores como: trayectoria, historia personal y familiar, actividades económicas particulares, imaginarios, ideas, principios, calificativos. Aquí se enfatiza en el acercamiento al individuo, a sus alianzas; sus “relaciones”, tanto sociales como económicas, políticas, afectivas, familiares, entre otras categorías propias del ámbito sociopolítico. Como reflejo de este entramado de relaciones se resaltan aquellas que constituyen la intermediación clientelar, donde se ponen en escena lógicas,

---

<sup>10</sup> Es fundamental aclarar que los alcances de este trabajo no implican estudios de corte cuantitativo donde se establezcan tendencias y autores predominantes. Esto hace parte del repertorio de estudios pendientes sobre el fenómeno.

<sup>11</sup> Cuatro (4) de estas entrevistas son realizadas por la autora en el marco de los proyectos: “Partido liberal en Quimbaya Quindío. 1988-2004” realizado en el año 2006, y “Descentralización, cambio constitucional y transformación del sistema de partidos en Antioquia, 1988-2011”, realizado en los años 2014 y 2015. Seis de las entrevistas son realizadas en el marco del trabajo de la línea Partidos Políticos y sistemas electorales del IEP, línea de investigación de la cual hace parte la autora entre los años 2006 a 2015. Estos proyectos son “Partido liberal en Antioquia”, realizado en el año 2004 y “Descentralización, cambio constitucional y transformación del sistema de partidos en Antioquia, 1988-2011” realizado en los años 2014 y 2015.

territorios, adaptaciones e imitaciones, presupuestos simbólicos e ideológicos. Vale anotar que este acercamiento permite analizar no sólo las características de un líder político sino también procesos de una facción política partidista, además de otros actores sociales y políticos implicados.

En la segunda categoría se vinculan aspectos tales como la distribución de funciones, círculo interno (o círculo de confianza), mecanismos de toma de decisiones, designación de candidatos, adjudicación de cargos públicos, cargos públicos de mayor incidencia, relaciones con otros actores institucionales y/o particulares, facciones, colaboración, partidos, competencia, directorio, control de resultados y socios, estrategias de vinculación entre la ciudad y el resto del departamento, mantenimiento de las adhesiones, estrategias de visibilización e ideología y política programática.

En la tercera categoría –la jefatura- se emplean como descriptores aspectos como el liderazgo, la trayectoria del jefe político, así como la relación de ésta con sus orígenes y redes familiares, principios e imaginarios sobre la política partidista, prácticas y estrategias políticas, así como su forma de entenderlas y describirlas.

De otro lado, y en relación con la estructura, el informe final de este trabajo de investigación ha sido organizado en tres capítulos. El primero, “Aproximaciones al concepto de clientelismo político”, contiene la revisión conceptual y estado del arte sobre la temática, donde se recogen los aportes de la literatura académica sobre las perspectivas aquí definidas, es decir, sobre, el clientelismo y la democracia, la vulnerabilidad económica y el clientelismo leído desde una perspectiva sociocultural. El énfasis de la lectura conceptual está puesto en la perspectiva sociocultural y sus aportes para la comprensión de las dinámicas de intermediación partidista en Colombia.

El segundo capítulo, “El peso de la Jefatura”, da cuenta de los hallazgos y las descripciones elaboradas a partir del diseño metodológico y la revisión de la información de la que se ha dispuesto<sup>12</sup>. En este capítulo se recogen aspectos centrales en relación con la configuración de la jefatura de Bernardo Guerra Serna, como la representación, el reconocimiento y la trayectoria en cargos de representación pública; así como elementos del contexto sociopolítico de la ciudad de la época, los cuales inciden en el desarrollo de las estrategias y prácticas del actor.

El tercer capítulo, “La capacidad de consecución de votos”, destaca el papel de estrategias como la socio-técnica y las prácticas de enraizamiento que le permiten a Bernardo Guerra Serna y al Directorio Liberal de Antioquia –DLA- implementar un estilo propio en el ejercicio de la política partidista, lo cual contribuye a dar respuesta a la pregunta por las formas de consecución y mantenimiento de un poder político predominante a nivel electoral, por más de dos décadas.

Finalmente, y a modo de conclusiones, se presenta una síntesis de los aspectos relevantes en relación con la constitución y puesta en marcha de redes clientelares locales a partir del caso examinado. Más que conclusiones definitivas, se trata de un ejercicio que retoma un trabajo realizado en el municipio de Quimbaya (Quindío)<sup>13</sup> y que se inscribe en una trayectoria investigativa en esta línea de indagación en la cual ha sido posible construir una propuesta analítica, que en este caso, sirvió de insumo para el seguimiento del perfil

---

<sup>12</sup> Es importante aclarar que si bien los resultados electorales ofrecen una fuente de información valiosa para analizar el comportamiento de los actores, estos no representan el énfasis de la pesquisa aquí realizada. Estos ofrecen un sustento a los argumentos planteados a lo largo del trabajo sobre la superioridad político electoral de la jefatura de Bernardo Guerra Serna y la relación de esta con su sociotécnica de trabajo partidista. El análisis por tanto, se concentra en los discursos y narrativas de los actores involucrados, entendiendo que estos pueden ofrecer, desde una perspectiva más comprensiva, aportes para encontrar aprendizajes, explicaciones y claves analíticas.

<sup>13</sup> Echeverry López y Arenas y Echeverry (2007). Enraizamiento político del Liberalismo. El caso de Quimbaya, Quindío. 1988-2004.

político de Bernardo Guerra Serna presentado aquí. La intención es proyectar en futuras investigaciones la propuesta analítica de cara a validar su pertinencia y nuevas aplicaciones, y de este modo, dar continuidad a una línea de indagación todavía pertinente.

## CAPÍTULO 1

### APROXIMACIONES AL CONCEPTO DE CLIENTELISMO POLÍTICO

(...) la ciencia política sobre el clientelismo se preocupa por los determinantes negativos — privación económica, falta de “cultura cívica,” persistencia de la cultura de la dependencia— que supuestamente pondrían a los pobres bajo la égida de la política clientelar. Si bien los diversos significados que tienen los actos para la gente que participa en ellos deben interpretarse en el contexto de privación material y aislamiento social que tiñe la realidad (de los habitantes de la villa), la “atracción positiva” de este universo social específico no debe ser subestimada. (Bourdieu, 1996: 34)

Las lecturas sobre el clientelismo político han impulsado diversos estudios, que han concentrado esfuerzos en caracterizar las etapas o estadios en los que se ha movido dicha práctica, perspectivas disciplinares del concepto, análisis normativos que reflexionan sobre el deber ser de organizaciones y líderes políticos, entre algunos otros. Como suele ocurrir con los conceptos, no se ha llegado a un punto conclusivo. Sin embargo, la bibliografía consultada permite destacar algunos puntos de acuerdo que se señalan aquí como una forma de acentuar el debate en preguntas vigentes, tomando distancia de las caracterizaciones y calificaciones más comunes y concentrándose en preguntas que puedan ofrecer nuevas lecturas y acercamientos al fenómeno.

Así, en primer lugar, se encuentra que el abordaje del clientelismo político como concepto, ha sido asociado, al menos hasta finales de la década de los años 80 del siglo XX, con lecturas normativas que lo identifican con condiciones de subdesarrollo político y económico<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Dos posturas en el debate general del clientelismo. Combes señala como las concepciones acerca del clientelismo se reparten en dos posiciones. (...) Una considera el clientelismo como una forma más o menos residual y opuesta a la modernidad política: dicho de manera rápida, encierra las posiciones normativas que denuncian el clientelismo y buscan hacerlo desaparecer. Al otro extremo del abanico se encuentran las posiciones que tienden a considerar que el clientelismo es un fenómeno universal y se detecta en el funcionamiento mismo de las naciones occidentales modernas (...) (Combes, 2011, 15-16) ¿cuáles son los objetos del intercambio clientelar?(...) Se puede decir que solo con plantear la pregunta: ¿cuáles son los objetos del intercambio clientelar?, estas posiciones aparecen claramente diferenciadas. Encontramos la primera —estrecha y más o menos normativa— en la definición de Kitschelt y Wilkinson (2007: 2): “la

De este modo, por una parte, el análisis del clientelismo ha sido asociado a una noción de “democracia deficitaria” y en general a una pregunta por la calidad de la misma, bajo una relación social (clientelismo) que puede desactivar dispositivos de inclusión, participación, reconocimiento político y fortalecimiento de la sociedad civil. Aquí, se vinculan también preguntas por la acción colectiva de organizaciones y partidos políticos, su papel en el mantenimiento de la democracia representativa, y discusiones sobre las implicaciones del clientelismo en la esfera del control (accountability) y la administración pública. En relación con ello, se hace referencia a una línea de análisis que ha abordado el fenómeno en escenarios de pobreza y dominación políticas, como aquel mecanismo social que promueve su perpetuación, vinculando una pregunta por la asimetría de los intercambios y las condiciones de dependencia de quienes participan en ellos.

En segundo lugar, bibliografía muestra que el clientelismo político es entendido hasta finales del siglo xx, como un mecanismo exclusivo o predominante de la acción política partidista, como pilar de la democracia representativa. Así, los partidos políticos serían entendidos como los principales intermediarios, movilizadores (y responsables) del intercambio clientelar, y este, como una relación que puede resumirse en la transacción “favores por votos”.

En tercer lugar, a partir de la década de los años 80 del siglo XX, con trabajos etnográficos, como los de Javier Auyero, se empieza a posicionar en buena parte de América Latina, e incluso de Norte América, un discurso sociocultural que centra la relación clientelar en

---

rendición de cuentas clientelar representa una transacción, un intercambio directo entre el voto del ciudadano a cambio de pagos directos o del acceso a empleos, bienes o servicios”. En cambio, para Médard (1976: 117): “los recursos intercambiados pueden ser de naturaleza muy diversa: económicos, políticos, religiosos, psicológicos, militares, judiciales, administrativos, educativos [...] tienen que ver con todos los aspectos de la vida”. Detrás de estas diferencias se esconden dos visiones: la primera tiende a restringir el clientelismo a una práctica específica —el intercambio de votos contra ciertas ventajas, sobre todo ligadas a la supervivencia de los sectores populares—, y es una visión ampliamente difundida en México. La segunda considera las prácticas clientelares —bajo diversas formas— como propias del funcionamiento de cualquier sistema político. Encontramos estas concepciones opuestas detrás de todos los cuestionamientos que se han hecho acerca del clientelismo” (Combes, 2011: 15-16)

asuntos como la identidad, los valores, y en general motivaciones que desbordan la acción instrumental. Aquí, se plantean discusiones sobre la relación entre la autonomía y la racionalidad de los actores y como parte de la misma pregunta, sobre las motivaciones que impulsan la conformación de relaciones clientelares, que no necesariamente responden a acciones racionalizadas. Hace parte de esta perspectiva una reflexión por la perspectiva de los líderes de partidos y facciones políticas, quienes como intermediarios, están insertos en redes socioculturales de intercambios de diversa índole.

La identificación de estas tres líneas analíticas permite orientar la lectura de los hallazgos que sobre el fenómeno ha arrojado la presente pesquisa. Primero, una lectura que recoge aportes sobre el clientelismo político y la democracia; segundo, una lectura que aborda aportes y debates sobre el clientelismo y su asociación con la vulnerabilidad económica y tercero, una lectura que vincula aportes de la perspectiva sociocultural del clientelismo.

### **1.1 El clientelismo Político y la Democracia**

Bajo esta línea de análisis que asocia al clientelismo con un déficit de la democracia y las libertades políticas, algunos autores lo describen como “una práctica política antidemocrática que, siendo uno de los pilares de la dominación oligárquica, refuerza y perpetúa el dominio de las elites políticas tradicionales (Hagopian, 1992), manteniéndose en el centro del comportamiento de los partidos políticos (Hoskin, 1997). Esta práctica es vista como una de las posibles relaciones entre los partidos y los grupos políticos organizados” (Cardoso, 1992, p. 92; Escobar, 1994; Vélez-Ibáñez, 1983). Citado en Auyero, 2002: 36)

Tal como lo retoma Auyero (2002), este fenómeno es examinado como una forma de atomización y fragmentación del electorado y de los “sectores populares” (Rock, 1975; O’Donnell, 1992) y como lo opuesto a las redes horizontales de compromiso cívico que

están en la base de una verdadera “comunidad cívica” que aporta al funcionamiento de la democracia (Putnam, 1993).

Otras perspectivas recogidas por Gordin (2006) permiten señalar que el clientelismo ha sido “utilizado de manera peyorativa” por los académicos, quienes han sugerido que “es pernicioso para la rendición de cuentas democrática y el control administrativo” (O’Donnell, 1996; Whitehead, 1992). Al mismo tiempo, otros han señalado sus efectos sobre la sociedad civil, como en el trabajo de Edward Banfield (1958) sobre el comportamiento cívico en el sur de Italia; por su parte, Robert Putnam (1993) sostiene que las “redes clientelares florecen en estamentos sociales y culturales basados en un ethos particularista, debilitando de este modo el desarrollo de una sociedad civil autónoma”. (Citado en Gordin, 2006:2) Otra línea de investigación sugiere que las reformas burocráticas para incrementar la capacidad del Estado pueden ser obstaculizadas cuando los legisladores tienen a su disposición recursos de patronazgo político (Geddes, 1994). En otras palabras, “estas corrientes de investigación enfatizan que el clientelismo y patronazgo afectan la calidad del sistema político en un sentido claramente negativo” (Gordin, 2006: 2).

Por su parte, Audelo recoge las miradas que señalan que el clientelismo “inhibe la modernización o el desarrollo democrático” (Lemarchand y Legg (1971), Citado en Audelo, 2004: 131). Schneider (1972) y Barnes y Sani (1974) señalan que el clientelismo “no condujo ni a la democracia o a la modernización, sino al contrario, tuvo un efecto que impidió la promulgación de políticas universales y desalentó el desarrollo de la participación y apoyo ciudadano, como contingente a la implementación de políticas generales. Señalan incluso que en el patronazgo de vínculos partidistas –lo que implica un marco electoral– la participación de los ciudadanos se vuelve fragmentada, personalizada y dirigida hacia el statu quo” (Citado en Audelo, 2004: 131).

También, se asocia el clientelismo con escenarios de exclusión, debido al reconocimiento de los recursos escasos en cualquier relación clientelar, donde es necesaria la delimitación de propios y extraños, y especialmente por el reconocimiento de una condición de clientes y no de sujetos de derechos. Como lo plantea Andrea Schelder “(...) por definición, el clientelismo es una empresa excluyente. Maneja la escasez no con base en criterios universalistas, sino particularistas. Incluye solo a un círculo interno de seguidores leales, mientras que excluye a todos los que son ajenos y que carecen de los contactos adecuados o las actitudes correctas para participar en el intercambio de derechos por bienes. Deja afuera a todos aquellos que no conocen a los intermediarios indicados, así como a los que se rehúsan a jugar el juego asimétrico de la generosidad y el agradecimiento” (Schelder, 2004: 76).

En este contexto interpretativo y ante la necesidad de nuevas explicaciones, se identifica un punto de inflexión hacia finales de la década de los años 80, cuando se empieza a agotar este argumento como explicación de la práctica clientelar. La continuidad del fenómeno y su aparente fortalecimiento, no necesariamente explicado por la racionalidad de los intercambios, conduce a considerar la desvinculación (parcial) de posiciones normativas e impulsar explicaciones desde otros enfoques que contemplen asuntos como las motivaciones individuales y colectivas. En relación con las preguntas por la democracia, se plantean argumentos que consideran que el clientelismo podría motivar cierta inclusión política, promover la participación y fortalecer procesos de construcción de una ciudadanía que se compromete en torno a la solución de sus necesidades colectivas.

En esta dirección, Combes (2011) advierte que la persistencia de una visión normativa puede invisibilizar mecanismos y prácticas que superan las visiones tradicionales vinculadas al fenómeno como la pobreza. Señala así, que trabajos como Kitschelt y Wilkinson (2007), Stokes (2005) y Brusco (2004) “tienen en común el seguir vinculando el clientelismo con el tema de la pobreza y enfocarse únicamente en el caso del clientelismo

en los sectores populares. Estos autores plantean que , “el desarrollo del sector privado aparece de manera implícita como una protección contra la permanencia de prácticas clientelares. Este punto permite subrayar el sesgo de muchos estudios sobre el tema: una visión normativa del clientelismo que se concentra en los fenómenos vinculados con el empleo público y los programas sociales dirigidos a los sectores marginados” (Citado en Combes, 2011: 19-20).

Añade Combes que estas perspectivas plantean un problema de demostración debido a una visión “macro” y poco fundada en el trabajo empírico “donde la premisa normativa: (el clientelismo es malo en esencia para la consolidación de la democracia) tienen como consecuencia una falta de atención a los mecanismos reales de su desarrollo” (Combes, 2011: 19-20).

En esta línea de análisis, Audelo cuestiona el argumento que relaciona clientelismo con desarrollo económico y democrático, planteando que “precisamente uno de los problemas de esta situación, además de la opacidad en la que normalmente se desarrolla, es que la capacidad o los méritos de la persona beneficiada normalmente (*en el intercambio clientelar*) no son relevantes (...) no existe una relación causal directa entre desarrollo democrático y económico y clientelismo. En realidad resulta muy difícil medir el clientelismo. Es muy curioso ver en países democráticos la permanencia del clientelismo; es uno de los problemas más fascinantes de la antropología social y tiene una inercia histórica muy grande, toda vez que ha podido adaptarse y coexistir con regímenes democráticos durante decenas y decenas de años” (Audelo, 2004: 130).

Respecto a la pregunta sobre la permanencia del clientelismo en sociedades en desarrollo, Audelo (2004) señala que existen posiciones rescatables en autores como Boissevain (1966), Powell (1970), Weingrod (1968) y Silverman (1970), para quienes “el clientelismo puede conducir a la modernización o al desarrollo democrático (...) consideran que el

clientelismo ha sido un paso adelante en términos de desarrollo político, mostrando lo funcional que son dichas prácticas”, en función de su papel para conectar el centro y la periferia y su contribución para aumentar la conciencia política en aquellos lugares donde la participación directa ha estado limitada (Audelo, 2004: 130-131).

Guillermo O’Donnell (1996), citado en Javier Auyero (2012), sugiere “que los estudiosos de las democracias latinoamericanas deben liberarse de las ilusiones provocadas por una excesiva atención hacia las organizaciones complejas y altamente formalizadas. Reconociendo en forma implícita que los modelos normativos pueden convertirse en importantes obstáculos epistemológicos para nuestra comprensión del funcionamiento de las democracias” (Auyero, 2012: 35-36)

Este observador afirma que “la mayoría de los estudiosos de la democratización acuerdan en que muchas de las nuevas poliarquías están, a lo sumo, pobremente institucionalizadas. Pocas parecen haber institucionalizado algo más que elecciones, al menos en términos de lo que uno podría esperar si mira a las poliarquías más viejas. Pero las apariencias suelen ser engañosas, ya que pueden existir otras instituciones, si bien no las que muchos de nosotros preferiríamos o reconoceríamos fácilmente” (Auyero, 2012: 35-36)

Añade Auyero que, tal como Scott y Kerkvliet previeron, el clientelismo perdura como una institución extremadamente influyente, informal, y (las más de las veces) oculta, no destinada ni a desaparecer ni a permanecer en los márgenes de la sociedad, sea con la consolidación de regímenes democráticos, sea con el desarrollo económico. (Auyero, 2012: 36)

En relación a una pregunta por la participación política, autores como Hernández Corrochano (2002) apoyan la hipótesis según la cual las “relaciones clientelares pueden

fortalecer la participación de la ciudadanía y la rendición de cuentas de los políticos (accountability), y por lo tanto fortalecen la democracia”. (Citado por Schroter, 2010: 158). Así, se hace referencia a un clientelismo postmoderno el cual concibe una nueva racionalidad de los intercambios de individuos crecientemente mejor informados, donde se ubican en el centro de la discusión preguntas como “¿Soy cliente porque soy libre? ¿Soy libre en tanto soy cliente? (...) Según el autor, el clientelismo postmoderno reúne elementos del clientelismo tradicional y del moderno. Un elemento tradicional es que el patrón actúa como empresario y que el cliente legitima la relación. Algunos elementos modernos son la interacción esporádica e impersonal entre los actores y el intercambio de favores por votos. Lo nuevo es que el cliente tiene una racionalidad condicionada y que dispone de cierta información, así que es capaz de comparar y medir las ventajas del intercambio (Citado en: Schroter, 2010:157).

Ahora bien, sobre la democracia representativa, autores como Garrigou (1998), plantean como al final del siglo xix en Francia el clientelismo político se desarrolló junto con el derecho de voto y contribuyó, paradójicamente, a la formación de una ciudadanía y a la aceptación de la votación como acto ciudadano. Camille Goirand, en el caso de Brasil, constata que la transición democrática implica una reactivación del clientelismo que favorece el aprendizaje de una nueva ciudadanía: la competencia democrática, con las demandas permanentes de apoyos que implica para la creación y el mantenimiento de vínculos de lealtad, obedece a reglas incompatibles con las que —idealmente— se imponen en los universos burocráticos y de la ciudadanía (“un ciudadano, un voto”) (Goirand, 1998).

Bernard Manín (1998) subraya que el personalismo es característico del sistema representativo. Por su parte, Daniel Gaxie (2004) “menciona la necesidad de tomar en cuenta las retribuciones materiales y simbólicas en el funcionamiento mismo de la democracia representativa. Este conjunto de trabajos permite pensar que, de cierta

manera, las relaciones clientelares forman parte de los mecanismos intrínsecos de la democracia representativa. De hecho, Braconnier y Dormiten, en su libro *La démocratie de l'abstention* señalan que a la lógica del don y de la seducción que lleva a la personificación de las relaciones políticas se opone una lógica de la despersonalización y del contrato” (Briquet y Sawicki, 1998) (...) Así, las relaciones personales entre operadores y ciudadanos, las formas de sociabilidad de las relaciones clientelares, pueden contribuir a dar un sentido concreto al acto ciudadano, cuando el voto se presenta como un acto sumamente abstracto. Sin esa mediación, puede perderse un fuerte incentivo para acudir a las urnas”. (Citados por Combes, 2011: 20-22)

### **1.1.1 La perspectiva sociocultural y la participación política**

Como se ha planteado párrafos atrás, los estudios sobre clientelismo evidencian giros analíticos que pueden presentarse en dos sentidos. Por una parte, se resitúa la mirada en los “sujetos” participantes en las relaciones, (y no solo en las instituciones) quienes insertos en diversas redes políticas, son quienes toman decisiones e interpretan su propia participación. Por la otra, se desvincula la relación clientelar de la exclusiva acción racional y se reconoce que se trata de una relación social en la cual se apela a una identidad política que puede distanciarse de la versión “virtuosa” o “defectuosa” del punto de vista institucional.

De esta forma, asuntos como la participación y movilización política, la ciudadanía, el compromiso por el colectivo y en general el compromiso con los principios democráticos, pueden estar presentes de formas diversas, incluso desde la militancia activa en redes de clientelas. A partir de esto último, se resaltan discusiones sobre mecanismos de actuación ciudadana, aplicados –generalmente- en escenarios de sobrevivencia económica.

Bajo esta perspectiva Vommaro y Quirós (2011) señalan que los intercambios clientelares incluyen además de las transacciones de bienes y favores por votos entre intermediarios y seguidores, una noción de *acompañamiento* que implica una acción, de movilización, organización y/o cooperación. Los autores, explican a través de las descripciones del trabajo social de redes clientelares, un proceso de politización, donde se construyen vínculos diversos entre los participantes. Estas vinculaciones habrían de redundar en el fortalecimiento de la sociedad civil.

De esta forma, amplían los autores que: “(...) nos encontramos en universos en que, como ha demostrado la perspectiva sociocultural del clientelismo, aquello que circula no son solo bienes, y tampoco solo votos. El acompañamiento tiene que ver, fundamentalmente, con un hacer. Acompañar es estar cuando el referente necesita: movilizarse a un acto partidario, asistir a un evento de inauguración de obras públicas, colaborar en la organización de un festival o un festejo barrial. En definitiva, acompañar es participar de esas instancias *de objetivación política* en las que los referentes tienen oportunidad de publicitar un capital: la cantidad movilizada. (...) La contraprestación exigida por estos programas a sus beneficiarios constituye un componente central de sus principios de implementación, y está ligada al imperativo —experto, político, y moral— de “fortalecer a la sociedad civil” y promover su “participación”. Este imperativo, construido desde la experticia del Estado y los organismos internacionales de crédito, no solo contribuye a la conformación de espacios políticos, sociales y eclesiales en los barrios populares, sino también a la imbricación entre trabajo y política, contraprestación y acompañamiento, trabajo social y trabajo político” (Vommaro y Quirós, 2011:73)<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Sobre esta idea del “*hacer*” como mecanismo de politización, añaden los autores, se ha estudiado poco, en especial sobre su relación con la construcción de vínculos. Señalan los autores como “es en el hacer donde los propios agentes gubernamentales y expertos encuentran el ideal de una asistencia social vinculada al “empoderamiento” y la “participación de la sociedad civil”: el trabajo dispensado transforma los recursos en bienes merecidos, y a quienes los reciben en mercedores de y en beneficiarios activos en camino a la “inclusión social”. En segundo lugar, el *hacer* construye el reconocimiento social y gubernamental del referente barrial: el trabajo desempeñado por los vecinos en los espacios comunitarios es una de las bases sobre las que se produce la legitimidad del referente, como aquel que haciendo hacer a

El trabajo de Andrea Schelder, quien también aborda el debate desde la perspectiva de los clientes e intermediarios, muestra que éstos reconocen el valor de sus derechos políticos, (en este caso su derecho al sufragio) los cuales no son desactivados a través del intercambio clientelar, Así: “(...) los votantes que reciben beneficios materiales de partidos y candidatos pueden sentirse obligados a retribuirlos en las urnas. Pero la norma de reciprocidad subyacente establece estándares de equivalencia. Limita las obligaciones que surgen de las transferencias unilaterales. Los pequeños favores no crean deudas enormes; dejan intactos derechos básicos como el del sufragio. Además, la norma de reciprocidad que impone obligaciones está ella misma limitada por la norma democrática de la autonomía individual (...) El rechazo de los ciudadanos a dejarse encerrar en las jaulas del clientelismo nace de su sentido de libertad. Pero también surge de un sentido de dignidad. Muchos perciben la venta de sus derechos políticos como un ataque a la dignidad personal. Si alguien vende su voto, no está vendiendo un producto material; se está vendiendo a sí mismo. Intercambiar los derechos electorales por beneficios materiales, sugieren, es un acto de autoesclavización” (Schelder, 2004: 84)

Este auto-reconocimiento ciudadano, implica incluso la demanda de políticas universalistas, mostrando un paso adelante en el interés por la mera resolución de sus necesidades materiales inmediatas. Así, “(...) en contra de las ideas extendidas acerca de las estrategias de supervivencia de los votantes pobres, a quienes se considera que no les queda más que buscar remedios particularistas a sus necesidades acuciantes, las entrevistas dan testimonio elocuente de la fuerza de orientaciones universalistas entre los

---

los otros, hace por y para el bien de los vecinos, por y para la gente, por y para los espacios políticos de pertenencia. En tercer lugar, en universos socialmente definidos por la falta de empleo y en los que la vagancia es, dentro y fuera de ellos, una de las acusaciones más esgrimidas, el hacer involucra rutinas y sentidos que están en el origen, la continuidad y la discontinuidad de las relaciones que estamos estudiando: andar en política —para usar la expresión con que nuestros interlocutores refieren su participación en espacios políticos barriales— es estar haciendo cosas, es estar en movimiento” (Quirós, 2006; Vommaro, 2007, Vommaro y Quirós, 2011:74-75)

ciudadanos y las ciudadanas de zonas rurales. Como en ellas se señala, los y las habitantes del México rural, hartos del clientelismo, desean políticas universalistas” (Schelder, 2004: 88-91)<sup>16</sup>

Frente al debate sobre el clientelismo y el fortalecimiento de la sociedad civil, Vommaro apunta que *“la condición difusa de la noción de sociedad civil”* permite que en ella puedan integrarse diversos tipos de asociaciones. Así, señala, que a partir de sus observaciones en un barrio popular que *“(...) los “clientes” reconocen que para acceder a los “favores” es necesario pasar por un dirigente de su barrio. Al tiempo, la multiplicación de programas sociales implementados introduce una cierta novedad respecto de otros bienes repartidos tradicionalmente en relaciones clientelares: los planes aparecen en parte como derechos de los pobres (no en el sentido jurídico, sino moral), y por tanto es posible exigirlos. (...) En este contexto de vecinos que demandan una especie de derecho que es a la vez otorgado bajo criterios particulares (es decir, como no-derecho) y de dirigentes que deben lidiar con la difícil búsqueda de criterios legítimos de distribución, no parece fructífero desde el punto de vista analítico estudiar los intercambios desde la noción de “habitus clientelar”, ya que de esta manera, al enfatizar la existencia de esquemas incorporados que funcionan más allá de toda negociación entre los actores, se pierde de vista la dimensión de conflicto y de cooperación permanente entre quienes dan y quienes reciben bienes públicos y entre quienes dan y quienes reciben apoyo político”*. (Vommaro, 2008:151 - 152)

---

<sup>16</sup> Sobre este debate se anota que, si bien tales demandas universalistas hacen referencia a una escala local, diferentes analistas asumen las demandas comunitarias como una forma de clientelismo. Así, “los votantes se concentran en la adquisición inmediata de bienes y servicios muy localizados y a pequeña escala, lo que se contraponen a una serie de demandas más significativas, generalizadas y de largo plazo” (Schelder, 2004: 88-91)

Gay, (1998) hace un llamado a la precisión conceptual afirmando que *“(...) describir demandas por un suministro mínimo de servicios públicos e infraestructura como evidencia de particularismo clientelar, es injusto tanto para los ciudadanos preocupados por su comunidad local como para la idea misma de clientelismo. El concepto del clientelismo electoral denota el intercambio (individual o colectivo) de votos por favores. No hacemos ningún servicio a la claridad conceptual si estrechamos la noción de favores de tal manera que incluya cualquier tipo de promesas o demandas electorales que no se formulen ni en términos de interés nacional ni en el lenguaje de clases sociales”* (Gay, Robert. 1998)

La postura de Corzo Fernández frente a esta discusión propone una distinción entre clientelismo y otras formas, donde los intercambios impliquen acciones de ilegalidad. Así, señala que “(...) en el clientelismo electoral, siempre que el cliente recibe la contraprestación a su voto mediante una actuación que le favorece, indirectamente *está participando en la construcción de su futuro*. Ahora bien, se trata de un arma de doble filo porque las relaciones de clientela son susceptibles de contaminarse y llegar a constituirse en corrupción, tráfico de influencias, etc., Por ello, la interpretación novedosa que propone al clientelismo, como un fenómeno que puede desempeñar una función positiva, parte de una concepción limpia y transparente de los intercambios que se produzcan. Todo lo que sobrepase esa transparencia dejará de ser clientelismo para ser otra cosa. No obstante, no es fácil relacionar ambos conceptos, clientelismo y participación política, por la carga peyorativa que tiene el primero. Si se desvincula de todo tipo de corrupción o acción ilegal, los propios ciudadanos pueden llegar a considerar a la participación en redes de clientelas como una forma eficaz de reivindicar demandas a los poderes públicos”. (Corzo, Fernández, S., 2002: 17-18)

Añade Corzo que “(...) el clientelismo, aunque no tiene una posición oficialmente reconocida en la vida política, ni en la administración ni tampoco por parte de los actores políticos de forma pública, es un instrumento que está al servicio de la organización política en democracia, como se ha demostrado en países que tuvieron que organizarse democráticamente y por tanto tiene una capacidad funcional en los procesos de desarrollo político totalmente demostrada”. (Corzo, Fernández, S., 2002: 44-45).

Concluye la autora resaltando la necesidad de vincular el fenómeno al contexto en el que se estudia y, la dificultad para establecer una teoría general que sea válida para todos los espacios sociopolíticos. Por todo ello, “la separación entre la funcionalidad del clientelismo y las consecuencias que conlleva su utilización es una cuestión fundamental

en el estudio del clientelismo político. Sin olvidar que las diferentes funciones o efectos del clientelismo están condicionados fuertemente por el contexto y el momento histórico en el que se manifieste”. (Corzo, Fernández, S., 2002: 44-45).

En consecuencia, el clientelismo atempera la frialdad que genera la lejanía entre el Estado y la Sociedad de manera que el ciudadano concibe aquello que practica como una forma de acercarse a la toma de decisiones. El intercambio da sentido a su participación política, al obtener una respuesta eficaz y concreta del Estado que satisface sus necesidades. Esto no significa que pueda sustituir a la participación política como medio formalmente establecido para relacionarse con el Estado, sino que las relaciones de intercambio tienen capacidad para complementar las deficiencias de los canales de comunicación (ciudadano-administración) formalmente establecidos” (Escobar, C., 1994. Citado por Corzo, Fernández, S., 2002: 14-16)

### **1.1.2 Clientelismo y protesta**

En este punto, se resaltan las conclusiones de Farinetti, Escobar y Auyero sobre la relación entre clientelismo y la posibilidad de la protesta y la acción colectiva. De esta forma, y siguiendo los autores, “la literatura sobre clientelismo se halla normalmente atrapada en la oposición entre clientelismo y acción colectiva mediante el socavamiento de la solidaridad grupal y la atomización particularista del electorado, el clientelismo es visto como una fuerza que contrarresta cualquier posibilidad de acción colectiva” (Auyero, 1986; Escobar, 1994)

También Escobar (1994) llama la atención sobre la consideración usual del clientelismo como opuesto a acciones colectivas estructuradas en torno a contenidos de clase. Así es como, en contra de ese lugar común, se aboca a explicar la presencia simultánea en el

departamento de Sucre de movilización campesina y clientelismo. Señala que “éste departamento de grandes haciendas ganaderas en el norte de la costa colombiana ha tenido uno de los movimientos campesinos más fuertes del país en las últimas dos décadas. Los campesinos han recurrido masivamente a bloqueos de rutas, ocupaciones de tierras y ocupaciones pacíficas de establecimientos para presionar al gobierno por una efectiva reforma agraria. Su relativo éxito ha desafiado el poder de los terratenientes tradicionales. Sin embargo, Sucre cuenta con uno de los sistemas clientelistas más profundamente enraizados en Colombia. Según la autora, la supuestamente paradójica presencia simultánea de movimientos campesinos y clientelismo puede ser explicada si ambas prácticas son consideradas como dos caras de un mismo fenómeno: la exclusión política del campesinado. Esta exclusión hace que los campesinos luchen por la participación política pero al mismo tiempo los impulsa a entrar en estructuras clientelistas de distribución de recursos estatales. Este argumento está fundamentado en un análisis histórico del proceso de incorporación del campesinado al sistema político nacional en Colombia” (Escobar 1994).

Con estos argumentos la autora sostiene que no hay razones suficientes como para sostener teóricamente “(...) la contradicción entre clientelismo y protesta. Considera que el clientelismo es una modalidad de dominación política que, como tal, dispone mecanismos propios de gestión del conflicto social, los cuales no necesariamente son contradictorios con la protesta social. Más que asumir de un plumazo la contradicción (como efectivamente sucede en varios trabajos), cree preciso explorar la naturaleza de este modo de dominación para luego indagar sobre las maneras de protestar más “afines” al mismo. En otras palabras, argumenta que, si bien es cierto que la estructura propia de una relación clientelar incide en las maneras de comportarse de los sujetos involucrados en ella (por ejemplo para manifestar sus reclamos), no encuentra necesidad de que este sea necesariamente renuente a la protesta. Por el contrario, ha tratado de pensar cuáles son los repertorios de acción colectiva que se pueden considerar “afines” a los vínculos

clientelistas. La clave reside en establecer de qué manera la estructura clientelista de los vínculos políticos influye en los modos de actuar de los individuos para conseguir mantener o mejorar sus condiciones de vida”. (Citada por Farinetti, 1988:2)

En relación con lo anterior concluye Farinetti que estamos lejos de sostener que el clientelismo quebranta la posibilidad de identificaciones horizontales. “En definitiva, podemos esperar de los clientes vínculos horizontales y maneras de protestar o llevar adelante sus reivindicaciones que reflejen la estructura del vínculo clientelista” (Farinetti, 1988:11).

A modo de síntesis, es posible afirmar que las lecturas sobre clientelismo y democracia, han dado un giro que parte de ser destacado como patología normalizada del sistema político, donde se destacan prácticas poco óptimas, sostenidas en la falta de “compromiso”, civismo o “capacidad” política de los actores inmersos en escenarios de sobrevivencia, los cuales, suspenden el reclamo de sus derechos políticos a cambio de favores y prebendas. El giro apunta hacia una postura analítica que concibe a la práctica clientelar como un mecanismo de intermediación que podría fomentar una inclusión y acción ciudadana, la cual, concentrada principalmente (no exclusivamente) en la resolución de problemas colectivos inmediatos, genera identidades políticas, formación y fomento de organizaciones, entre ellas aquellas que se concentran en la protesta y la oposición, participación en diversos escenarios políticos, (entre ellos el ritual electoral), y en general una ventana para el fortalecimiento de una sociedad civil crecientemente informada.

Por supuesto, son muchas las preguntas que dejan abiertas las perspectivas recogidas, especialmente aquellas relacionadas con la naturaleza de dicha *inclusión política*, y la siempre vigente pregunta por las desigualdades sociales que han de implicar diversas ciudadanías, -entre muchas otras. Por ello, se debe señalar que, lejos de perseguir una

apología de esta forma de intermediación, los argumentos anteriores nos permiten desinstalar una visión largamente aprehendida en las ciencias sociales y políticas, sobre las limitaciones que impone el clientelismo a la democracia, y reenfocar la mirada en aquella condición que sostiene que tal relación –inherente al sistema político- (no sólo como patología) aún no termina de ser explicada, ni comprendida, ni agotada en su práctica, sino por el contrario, es un reto analítico legado de décadas atrás y necesario para la comprensión de las formas de socialización política actuales.

Específicamente para esta investigación, la asociación del clientelismo como concepto y el caso de Bernardo Guerra Serna, permiten visibilizar la complejidad de un fenómeno sociopolítico que ha sido poco analizado integralmente, donde se involucran preguntas relevantes sobre el desarrollo de la población, la solución de problemas de sobrevivencia e inserción en el Estado, así como la movilización y movilización de derechos como la vivienda, donde la ocupación de suelos a través de la invasión, resulta entendida como una batalla “ganada” para los de abajo. No quedarían afuera, mensajes o preguntas por la auto atribución de obras públicas realizadas con los recursos del Estado, en un marcado escenario de personalización de la política partidista<sup>17</sup>.

La intermediación misma como concepto, (sin estar ligada a la clientela) implica preguntas por la participación política de los sujetos, por su inclusión en los territorios y su acción por habitarlos y “mejorarlos”, por la capacidad de movilización de la sociedad civil (y por su constitución misma), entre otras. Si bien este trabajo no se concentra en la mirada de los ciudadanos, toma una fotografía del trabajo político de una facción y su líder, quien contando con una amplia y prolongada capacidad electoral, ha de configurar un tipo de educación y/o formación política y ciudadana, instalando prácticas, lógicas, territorios, discursos. Todos estos hasta el presente no han sido suficientemente explorados.

---

<sup>17</sup> Para un análisis local sobre el fenómeno Véase: Arenas y Echeverry, 2007

El ejercicio investigativo realizado vuelve sobre preguntas que están vigentes en el análisis político actual, en temas tales como la configuración de las élites políticas de la ciudad y la región; la personalización de la política, la desnacionalización de los partidos, y las particularidades de sus niveles subnacionales; las formas de sociabilización de la política con electores, con barreras o ventajas planteadas por los medios de comunicación actuales y el mercado, entre muchas otras.

Se reitera que abordar algunos elementos de red política de Bernardo Guerra Serna, el Directorio Liberal de Antioquia (DLA) ofrece un retrato del “espíritu de la época” el cual, reconocido en su particularidad, ofrece posibilidades analíticas para el tiempo presente, desde los mecanismos clientelares, los partidos políticos, la mirada a la ciudadanía y de manera general una mirada tanto normativa como práctica sobre nuestra democracia.

## **1.2 El clientelismo político y la vulnerabilidad económica**

La pregunta por las redes clientelares, en un contexto de intermediación partidista, suele estar asociada a escenarios de vulnerabilidad económica. Así, la desigualdad económica, la pobreza y la dominación políticas, han acompañado el debate sobre el clientelismo, visto principalmente como una práctica sustentada en la lógica del intercambio de “favores por votos”.

Cómo se ha citado recurrentemente, “el clientelismo se ha definido como un sistema de lealtades asimétricas”. (Lucy Mair citada en Gutiérrez, 2004). En dicho sistema, lo que se intercambia no es igualitario, ni se entrega en la misma periodicidad. Asimismo, se insiste, de la mano de Gutiérrez, que esta relación se sostiene bajo una promesa del cumplimiento de los favores manteniendo lealtades por parte de quienes esperan con necesidad dicho cumplimiento.

Desde esta perspectiva, diversos autores han entendido el clientelismo como una forma de dominación sociopolítica, la cual reproduce las condiciones de subordinación económica y política de los actores. Autores como el antropólogo Jaime Arocha, afirma que "(...) el clientelismo se activa por la inseguridad social generada por la escasez de algún factor de producción", así como también el historiador Fernán González, quien observa que "una sociedad incapaz de otorgar servicios y seguridad a la inmensa mayoría de su población, necesariamente está sujeta a los mecanismos clientelistas que otorgan seguridad y servicios a cambio de apoyo político". (Citado en: Rubio, Serrano. Rocío, 2003: 30)"

Según Mouzelis y Li Causi, "(...) las corrientes marxistas unen conceptualmente la desigualdad económica, el clientelismo y la dominación. En este sentido, consideraban al clientelismo como una clara relación de dominación política (Mouzelis, 1985; Li Causi, 1975, 1981; Littlewood, 1981). Argumentaban que el clientelismo es un remanente de las sociedades tradicionales. No obstante, la dominación efectuada en y por éste (...) sin ser necesariamente moderna, es utilizada por elites económicas y políticas modernas para canalizar recursos para su propio beneficio" (Li Causi, 1981; Mouzelis, 1985). (Citado en: Rubio, Serrano. Rocío, 2003: 32)"

También autores como Scott (1969: 1150), afirman que la pobreza desempeña un papel crucial en el desarrollo de la política "clientelar". Al describir a los pobres como "la clientela en masa de las estructuras", considera que siempre están abiertos a recibir toda clase de estímulos materiales, como favores, trabajo, dinero o (refiriéndose a ciudades mexicanas) servicios básicos (Citado en: Audelo, 2004: 132)

Desde esta mirada, en el prólogo de ¿Favores por votos?, texto que recopila diferentes estudios del clientelismo en América Latina, José Núñez señala: (...) si hay una abrumadora desigualdad económica, la democracia en el sentido estricto no es posible porque el modo

de participación política queda entonces fuertemente determinado por el sitio que se ocupa en la estructura social. (...) No todos los individuos pueden ser vistos como una especie de guardianes ilustrados de su propio consentimiento, con amplias capacidades para decidir a quiénes y cómo otorgarla; y es, precisamente, en las situaciones de alta vulnerabilidad económica que tienden a instalarse y a prosperar las más variadas formas clientelares (...) (Citado en: Rubio, Serrano. Rocío, 2003: 30)

Esta reproducción de la pobreza y mantenimiento de la subordinación política y económica, según varios autores, ha ido delineando una etiqueta de “gente necesitada”, la cual negocia por la resolución de problemas cotidianos.

Así, según Powell, el mundo del clientelismo, “(...) según rezan las explicaciones de la política tradicional, es el mundo de los pobres e impotentes (*poor and powerless*) (Powell, 1970: 411). Para sobrevivir en medio de una escasez generalizada y para asegurarse contra riesgos existenciales, los pobres buscan el apoyo y la protección de patrones ricos e influyentes. Para mitigar la carga de la miseria, se ven forzados a ceder su libertad a cambio de relativa seguridad; a aceptar la subordinación personal y el intercambio asimétrico que se ocultan tras una endeble retórica de amistad y generosidad. Los votantes del México rural conciben la relación entre gobernantes y gobernados de una manera que parece ser congruente con la expectativa común de que la pobreza engendra el paternalismo. Tienden a describirse como gente necesitada que depende de que las élites políticas les echen una mano” (Citado en: Schelder, 2004: 65-66)

### **1.2.1 Resolución de problemas cotidianos**

Bajo esta línea plantea Auyero que, tal relación de dominación “vista desde afuera” constituye para la mayoría de los clientes una práctica de resolución de problemas cotidianos, donde lo que se pone en juego es la sobrevivencia de los participantes. De este

modo, las necesidades de los clientes configuran el contexto de ingreso a la red, pues sus preferencias estarían limitadas a las ofertas de mediadores y patrones, generando lo que el autor denomina “dependencia funcional”. Esta condición indica además escasez y desvinculación de los ciudadanos con las instituciones de bienestar del Estado, a las cuales la mayoría de los ciudadanos no tienen acceso. Sin embargo, plantea Auyero que a pesar de la asimetría de poder, y acorde con la mayoría de los estudios etnográficos realizados, muchos clientes perciben la relación de intercambio como una *“estrategia de supervivencia válida en un contexto de carencia de oportunidades (...)”* Bajo esta lógica los mediadores juegan un papel clave, pues se encargan de conectar los clientes a través de lazos simbólicos (los cuales trascienden muchas veces el intercambio instrumental) generando una suerte de “negación colectiva como velo que cubre la verdad de los intercambios” (Auyero, 2004: 135).

La lectura del fenómeno como *estrategia de supervivencia*, o como una *“práctica de resolución de problemas cotidianos”*, tal como lo ha llamado Auyero en diversos trabajos, se basa en el argumento del autor sobre la doble vida del clientelismo. Así, este manifiesta que “(...) la experiencia, la “vivencia”, importan precisamente porque hay una contradicción entre los lados objetivos y subjetivos del arreglo clientelar, entre, 1, la vida que experimenta el clientelismo en la red de intercambio y, 2, la vida que vive el clientelismo en los “corazones y mentes” de quienes participan de este arreglo informal (...) La verdad del clientelismo es así colectivamente reprimida, tanto por los mediadores con su énfasis en el “servicio a los pobres”, como en el “amor a los humildes”, “pasión por su trabajo”, como por los clientes con sus evaluaciones sobre la “amistad”, la “colaboración”, etcétera. Esto implica que las prácticas clientelares no sólo tienen una doble vida (en la circulación objetiva de recursos y apoyos y en la experiencia subjetiva de los actores), sino que también tienen una “doble verdad”, similar a la que Bourdieu detecta en el intercambio de obsequios. Debemos reinsertar esta dualidad, esta ambigüedad, en los estudios de clientelismo porque “no es un invento del investigador,

sino que está presente en la realidad misma, esta especie de contradicción entre la verdad subjetiva y la realidad objetiva (...) Esta dualidad es posible, y se puede vivir, a través de una especie de *self-deception*, de autoengaño. Pero esta *self-deception* individual se sostiene a través de una *self-deception* colectiva, un verdadero desconocimiento colectivo cuyo fundamento está inscrito en las estructuras objetivas (...) y en las estructuras mentales, excluyendo la posibilidad de pensar y de obrar de otro modo” (Auyero, 2002: 45-46)

Combes, se aproxima a Auyero señalando que “la gran mayoría de las descripciones que oscilan entre lo académico y lo periodístico normalmente confunden *el intercambio de cosas* y el principio generador de las acciones de los clientes. Así, los bienes que circulan antes y después de los actos no deben ser tomados como las razones de su asistencia a los actos”. Aquí, advierte lo que considera un error muy generalizado) al tomar el flujo que circula dentro de la red como explicación de las disposiciones y representaciones de los participantes” (Auyero, 2001: 173).

Alain Garrigou (1998: 51) citado por Combes (2011) llega a conclusiones parecidas cuando plantea: “la objetivación del intercambio mediante la demanda de un favor, justo después de la proclamación de lealtad, no prueba la materialidad del intercambio”. Auyero subraya que el hecho de que haya intercambios de bienes, servicios y favores no garantiza para nada que el apoyo y la lealtad provengan de los bienes y favores. Es probable que los mediadores y patrones piensen que esas donaciones tengan tal efecto; sin embargo, la distribución de bienes es una condición necesaria pero no suficiente. Una mirada preocupada por el carácter antidemocrático del “intercambio de votos por favores” —o por la moralidad de estas mismas prácticas— no es capaz de dar cuenta de un elemento esencial: el acto dramatiza redes informales existentes con anterioridad a la manifestación pública y representaciones culturales compartidas —aunque no siempre

cooperativamente construidas— (...). Dentro del círculo íntimo existe una “aceptación indisputada” (doxa) de la resolución de problemas mediante la intervención política” (Combes, 2011:23-25)

Aguirre, por su parte, amplía esta explicación, al anotar que: “el lugar que ocupan las redes clientelares como medios para vincular a los ciudadanos con el Estado (en particular las políticas y servicios sociales) es central para entender *por qué los ciudadanos recurren a las relaciones clientelares a pesar de cuestionarlas moralmente*. A través de sus redes, el clientelismo genera expectativas en las personas respecto a la posibilidad de recibir beneficios por parte del Estado, a la vez que permite construir un sentido de pertenencia y una identidad compartida ya que, frente al universalismo burocrático del funcionamiento convencional de las instituciones públicas, ser miembro de estas redes implica poder acceder a determinados beneficios a través de relaciones interpersonales. En tanto la relación clientelar permita solucionar problemas de la vida cotidiana que el Estado no resuelve, la misma adquiere una legitimidad mayor que la abstracta adscripción a una comunidad política formal, cuyas promesas de igualdad universal nunca se concretizan” (Aguirre, 2013: 165-166)

La noción de pobres y necesitados replantea la discusión sobre el intercambio y su asimetría. Desde la noción de la pobreza y la necesidad estos pertenecen al repertorio de las ayudas y de los agradecimientos, como parte de imperativos morales que pasan por la buena voluntad y el buen comportamiento, juzgado por testigos y vecinos; esto relega el cumplimiento de derechos y reitera el lenguaje de los favores y de la exclusión de todos aquellos que no se los han merecido. Como lo señala Schelder “(...) la necesidad no constituye la base para una relación simétrica de intercambio. Cancela el toma y daca del comercio y la amistad. En su lugar crea una obligación moral genérica (aunque difusa) de mitigar la necesidad, que suspende las exigencias ordinarias de reciprocidad. La necesidad demanda ayuda. La reclama como un imperativo fáctico (la necesidad objetiva de ayudar),

aís como una exigencia normativa (la obligación moral de ayudar)” (Schelder, 2004: 65-66).

Asociado a lo anterior, la reflexión de Vommaro y Quirós, advierte sobre la instalación de una imagen de cliente rehén ya no de sus patronos o brokers, pero sí del “conjunto de disposiciones que producía y reproducía de manera inconsciente —como opera el habitus— en sus relaciones de clientela. Esta imagen, impulsada por la lectura de las dimensiones culturales del clientelismo —tal vez contrariamente a lo que el propio Auyero pretendía— (señalan los autores) no otorga suficiente peso a la capacidad reflexiva de los actores en las situaciones de intercambio en las que se encuentran involucrados, perdiendo de vista la negociación y las controversias a partir de las cuales, cotidianamente, las personas tejen y destejen sus vínculos” (Vommaro, 2007 y 2009a).

Los autores agregan que *dicha mirada que termina por imponerse*<sup>18</sup> — ha tenido otro efecto epistemológico: “el establecimiento de una jerarquía entre dos dimensiones de la realidad a partir de la cual las relaciones “clientelares” pasan, explícita o implícitamente, a examinarse. En efecto, el “habitus clientelar” no solo consiste en un conjunto de disposiciones, requiere también de una ilusión a través de la cual los actores enmascaran el verdadero fundamento, calculado y asimétrico, de sus relaciones. La “doble vida” del clientelismo a la que la perspectiva sociocultural alude (...) supone también un orden en el que el intercambio interesado es una realidad “más real” que la moralidad y el afecto, y la asimetría de poder es un aspecto más fundamental que las formas de reciprocidad. Así, el debate entre los antropólogos sociales y los politólogos nos coloca frente a una disyuntiva: el clientelismo es puro cálculo individual, de modo que perdería la dimensión moral que hace a este tipo de relaciones, o es un vínculo social cuya dimensión moral

---

<sup>18</sup> Se alude la fuerza de este discurso a la popularidad del texto de Javier Auyero, La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del Peronismo. 2001

termina siendo subordinada al plano de la creencia, la ideología y el encubrimiento de su verdad última: **el intercambio asimétrico**” (Vommaro y Quirós, 2011:68).

### **1.2.2 Clientes, jefes e intermediarios**

En este contexto, resulta necesario señalar que la red clientelar se compone por al menos tres actores fundamentales. Por una parte, los clientes, ciudadanos, o aquellas personas que otorgan votos y generalmente reciben beneficios, constituyen, como se ha mencionado en párrafos anteriores, uno de los actores fundamentales en los cuales se sustenta el sistema asimétrico de relaciones que implica el clientelismo. Sin embargo, no hay que perder de vista que de su mano se encuentran los “jefes” o “patrones”, entendidos generalmente como quién o quienes “encabezan la estructura clientelar y quienes dentro de la red pueden ofrecer o dar un recurso a cambio de apoyo electoral. Como tercer actor, pero ubicado en medio de los dos anteriores se debe hacer específica la participación de los mediadores o intermediarios. Estos, siguiendo a Wolf se entienden como “la persona que vincula en diferentes niveles de integración sociocultural (...) (grupo doméstico, comunidad, municipio, microregión, entidad federativa, nación) y su función es vincular a individuos de orientación local que quieren estabilizar o mejorar sus condiciones de vida pero que carecen de seguridad económica y conexiones políticas, con individuos de orientación nacional, que operan prominentemente en el marco de patrones culturales complejos, estandarizados en forma de instituciones nacionales, pero cuyo éxito en estas operaciones depende del tamaño y fuerza de su grupo de adherentes personales” (Wolf citado en Colbit Cruz, 1965).

Según Auyero, los intermediarios son figuras centrales en la producción y reproducción la red, se comportan como políticos profesionales, que al decir de Weber son aquellos que “viven de la política o que viven para la política”. **Son los actores principales** en la relación de poder, en sus manos está tejer las relaciones políticas que unen al electorado con los

patrones, con el fin de, en el mejor de los casos, mejorar las condiciones de vida de los clientes. (Auyero, 1997)

En esta lógica, y si bien, la mayor parte de la discusión sobre la asimetría de las relaciones clientelares aquí recogida, desde la perspectiva de la vulnerabilidad socioeconómica del clientelismo- está orientada a pensar el papel del “cliente”, reconociendo su importancia a la hora de explicar el mecanismo clientelar y algunos de las funciones que la literatura ha identificado, es fundamental destacar el rol de los jefes e intermediarios. Esta relevancia se sustenta en que el caso abordado aquí se piensa en mayor medida desde los discursos e imaginarios de un jefe político clientelar y algunos de sus copartidarios. Esta perspectiva dialoga y se recoge por supuesto en la perspectiva de los clientes, pero implica un punto de partida distinto, donde es necesario retornar a las preguntas iniciales del trabajo, sobre formas de hacer política partidista, y sobre mecanismos de construcción y mantenimiento del poder de una organización.

Para el caso, Bernardo Guerra Serna, se indaga por una jefatura política a la cual se vinculan diversos intermediarios locales y regionales que a modo de tentáculos, realizan las operaciones necesarias para el funcionamiento de la red. Sin embargo, este jefe, quien hace parte de una red mayor, también es un intermediario de otro jefe a nivel nacional o departamental, con el cual realiza intercambios de diferente índole. Es importante esta imagen porque permite entender que cada jefe político a su vez “responde” a otros niveles o participantes de la red, reforzando la condición de negociación en medio de recursos escasos.

Esta orilla de la relación nos habla de la manera cómo entienden el intercambio clientelar aquellos que generalmente más dotados de recursos económicos ponen en marcha tales mecanismos de relacionamiento con la población y van delineando unas prácticas políticas particulares. Se reitera entonces que tal orientación de las narrativas permite explorar

aquello que tradicionalmente alimenta la auto-imagen de los patrones (e incluso de los mediadores) en las relaciones clientelares.

A modo de síntesis, se reitera entonces que la imagen principal a la cual se asocia el clientelismo político desde esta perspectiva, es la de un intercambio desigual de favores por apoyo político electoral, de forma más precisa, de un intercambio “favores por votos”, -tal como reza el conocido título de Javier Auyero, entre, población en condiciones económicas de vulnerabilidad y un líder o grupo político. Tras este enunciado general, ampliamente aceptado, (y podría decirse que normalizado) el acceso a la bibliografía sobre el tema vincula además otros asuntos que vale la pena referir.

El clientelismo, asociado a escenarios de pobreza y dominación política, es también visibilizado como un mecanismo social que promueve su perpetuación. Como parte de su acción, vincularía formas de aproximación a la población, promovidas a través de la creación de -o inserción en- redes político partidistas, (aunque no exclusivamente partidistas). Aparece aquí, una lógica de “inclusión”, mediada por los favores recibidos, la cual representa a su vez, una política particularista que excluiría de tales favores a quienes no hacen parte de la red. Con esta característica se argumenta una de los aspectos centrales de este sistema desigual.

Asimismo, el discurso del clientelismo, ha ido visibilizando y/o reproduciendo<sup>19</sup> una figura del cliente necesitado, desprovisto de diversos tipos de recursos, quien padecería de una falta de capacidad o minusvalía. Esta postura es respondida desde las lógicas de la ayuda y del servicio, las cuales promueven y “justifican” (podría decirse que encarna un postulado moral) el trabajo clientelar de la red partidista y de sus líderes. Dicho discurso se moviliza

---

<sup>19</sup> Se considera aquí, que la imagen de la “gente necesitada” o la “necesidad”, más que una creación del discurso académico y periodístico del clientelismo, es una imitación o apropiación de otros discursos sociales cercanos a las teorías del desarrollo y de la pobreza, que han sido incorporados como parte la misma dinámica de “usufructo” de la vulnerabilidad económica. Sin embargo, no se desarrolla esta idea y hace parte del repertorio de preguntas que aún están por abordar.

en el terreno de los favores y las prebendas, bajo una lógica del “merecimiento”, y no en un escenario de reconocimiento de sujetos de derechos.

De la mano de estos argumentos, deben resaltarse aquellos que señalan que el clientelismo promueve procesos de desarrollo económico, al hacer presencia en territorios donde se identifica una clara ausencia del Estado. Bajo esta clave, se encuentra que muchos de los recursos movilizados por las redes clientelares partidistas (como las que se abordan en este trabajo) son los únicos a los que las poblaciones que las conforman pueden acceder. Así, las viviendas, hospitales, carreteras, escuelas y demás equipamientos que configuran las ciudades, y también la provisión de otros recursos básicos de la vida cotidiana, hacen parte del repertorio que sostiene que el trabajo de intermediación clientelar constituye un *sistema de solución de problemas cotidianos*, o bien, una importante *estrategia de sobrevivencia* para la población de los estratos socioeconómicos más bajos.

Específicamente para el caso que nos ocupa, la pregunta sobre vulnerabilidad económica y su relación con el clientelismo, está presente explícita o implícitamente en toda la descripción, pues la estrategia principal del DLA, en el periodo de liderazgo de Guerra Serna, se sustentó en la provisión de diversos tipos de recursos, que sostienen su caudal electoral en la ciudad y parte del departamento<sup>20</sup>.

Tales recursos, además de los físicos, incluyen el abastecimiento de empleo a través del acceso a diferentes cargos en instituciones públicas y privadas, de buena parte de los participantes de su red política. Asimismo, su red incorpora servicios como el acceso a la

---

<sup>20</sup> Resulta importante anotar que el caso estudiado en el presente trabajo, aborda un tipo de práctica clientelar que combina elementos tradicionales y modernos, donde son centrales *figuras carismáticas* asociadas a la idea de patronazgo, comúnmente localizado en las comunidades rurales, y una relación mediada por un patrón proveedor, al tiempo que prácticas de un clientelismo de carácter moderno, desarrollado en ciudades grandes e intermedias en crecimiento, donde confluyen nuevas necesidades entre la población, y donde se instauran nuevos territorios y nuevas prácticas de enraizamiento político partidista. Para un análisis sobre este tipo de caracterización del clientelismo, Véase: Leal y Dávila, 1991.

salud y la educación y, como uno de los focos de su trabajo en la ciudad, el desarrollo de programas de vivienda social, en un periodo de migración del campo a ciudades en expansión, donde la vivienda representaría uno de los principales recursos de sobrevivencia. Igualmente, la aproximación al caso, muestra asuntos como las formas particularistas de asignación de cargos de influencia entre los partidos políticos, el “saqueo de las arcas del Estado”, el cobro sistemático a los clientes por el otorgamiento de empleos, entre otros.

En este acercamiento, se evidencian también discursos, que entienden la intermediación clientelar como una práctica “presentable”, desde la naturaleza de unas organizaciones partidistas que las demandan para su necesario funcionamiento, planteando una pregunta permanente por las relaciones constituidas bajo una idea particular de clientelismo, una población (generalmente vulnerable económicamente) y los territorios que habitan.

### **1.3 El clientelismo político y la perspectiva sociocultural**

Cómo se ha señalado anteriormente, el análisis del clientelismo desde una perspectiva sociocultural, acoge preguntas que retornan la mirada a los sujetos y problematizan *valores* asociados a sus prácticas cotidianas. Desde este punto de partida, se identifican (al menos) dos puntos de discusión que se considera relevante recoger. Estos son: el clientelismo como una economía moral y el clientelismo y la acción racional.

Javier Auyero, ha insistido en la necesidad de aproximarse a esas dimensiones expresivas de la vida de los actores, donde se ponen en marcha diversas estrategias de **resolución de problemas cotidianos**. Tales problemas incluyen aspectos (además de los asociados al intercambio económico) como la sociabilidad, la identidad y la pertenencia, la participación política, la recreación y la amistad. Estos, se basan en el intercambio

simultáneo de dos tipos de recursos y servicios: instrumentales (políticos y económicos) y ‘sociables’ (promesas de lealtad y solidaridad) (Véase Auyero, 1998)

Auyero señala en este trabajo que, lejos de pertenecer al pasado o de representar una simple desviación que la modernización política puede corregir, el clientelismo es un elemento constitutivo de las democracias modernas (Auyero, 1998).

En éste y en trabajos posteriores (2001 y 2002), y según señalan Vommaro y Quirós, Auyero plantea una discusión sobre la forma básica en que la ciencia política presenta al fenómeno del clientelismo, puntualmente, como “una sumatoria de intercambios espasmódicos llevados a cabo por individuos cuyo único móvil de acción es el “interés” y cuya única operación cognitiva es el “cálculo” en término de “costo-beneficio”. (Vommaro y Quirós, 2011:67)

A esta “mirada instrumental” con la que aborda según los autores, la temática en la política contemporánea<sup>21</sup>, Auyero opone un clientelismo sociocultural: “recuperando las primeras formulaciones socioantropológicas sobre patronazgo, sostiene que el fenómeno clientelar consiste, ante todo, en *una relación social* de carácter interpersonal, que los intercambios recíprocos a través de los cuales esa relación se produce y reproduce a lo largo del tiempo no son meras permutas de bienes por votos, sino que también son cadenas de prestaciones y contraprestaciones bajo la forma del don —favores, ayuda, solidaridad, amistad— en las cuales las obligaciones morales y los imperativos afectivos son puestos en juego” (Citado por Vommaro y Quirós, 2011:67)

Así, “(...) explorar los puntos de vista de los actores: clientes e intermediarios (que pueden ser jefes intermediarios de otros niveles superiores), implica dar cuenta del “conjunto de

---

<sup>21</sup>En relación con este planteamiento del “clientelismo instrumental” véase también:, Brusco, Nazareno y Stokes, 2004; Schedler y Manríquez, 2004; Stokes, 2005; Kitschelt y Wilkinson, 2007)

creencias, presunciones, estilos, habilidades, repertorios y hábitos que acompañan esos intercambios” (Auyero, 2002: 40). Así, tomando como referencia la teoría de las prácticas de Pierre Bourdieu (1991), el autor denomina “habitus clientelar” a ese “sistema de percepciones y disposiciones a través del cual los actores establecen y dan sentido a sus relaciones e intercambios “(Auyero, 2002: 40).

Sujetándose a Bourdieu, agrega Auyero señalando que “(...) la medida en que la *resolución de problemas* (intercambios materiales y simbólicos, en la que una cosa es dada, un favor otorgado y un mensaje es comunicado) se inclina a legitimar un estado de las cosas de facto –un balance de poder desigual–, *es posible*- describir esas “soluciones”, como *máquinas ideológicas*. El acto de dar, las acciones “sacrificadas y preocupadas” de los mediadores, o bien cualquier acción de ayuda, transforman –o intentan transformar– una relación social contingente –la ayuda a alguien que necesita– en una relación reconocida –acreditada como duradera” (...) Este reconocimiento está en la base de la resolución de problemas mediante la intermediación política. Dentro de un ambiente ideológico de cooperación, compañerismo, y solidaridad, se construyen lazos que congelan un determinado balance de fuerzas: cuanto más participa un grupo de actores como miembros de la “polity”, más comparte la ideología de “cuidado por los pobres”, de “ayuda social”, propuesta por los referentes; y a su vez, tendrán una relación dóxica con respecto al lazo que los une al mediador en una relación asimétrica. Dar, de acuerdo con Bourdieu, termina siendo también una manera de poseer”. (Auyero, 1998: 18-19).

### **1.3.1 La economía moral del clientelismo**

Desde una perspectiva que incorpora aspectos del contexto sociocultural como fuertes condicionantes del funcionamiento de redes clientelares, se han acuñado en diversos autores, términos asociados a una idea de “economía moral del clientelismo”, desde la

cual se busca explicar esa dimensión analítica que nombra una relación moral entre los sujetos participantes en redes de clientelas<sup>22</sup>.

En esta línea, Vommaro y Quirós (2007) plantean que “el clientelismo no es sólo una categoría analítica que, en la perspectiva del investigador, etiqueta cierto tipo de relaciones, sino también una categoría moral que circula en el mundo social como principio de distinción y cuya pragmática forma parte de los fenómenos a ser explicados” (Vommaro y Quirós, 2011:80-81)<sup>23</sup>.

Combes, afirma que serían E. P. Thompson y James Scott los primeros en usar este término, al analizar las revueltas populares por el abasto popular y sobre ello advierte que no obstante esta asociación, tal noción de “economía moral” es sumamente útil en el caso de los análisis de relaciones clientelares.

Desde esta perspectiva, Combes señala como “en los años setenta, con una visión gramsciana, el autor considera que la cultura de las élites y la cultura popular constituyen un conjunto indisoluble. A través del estudio de las revueltas populares en la Inglaterra del siglo XVII, muestra que el discurso de la revuelta es muy semejante al discurso del poder: los amotinados piden justicia en los propios términos de los “notables” y del Estado. Estos distintos actores comparten un mismo sentido de la justicia. (1971, 1993. Citado en Combes, 2011) plantea que existe un imaginario de justicia, una economía moral, común a ambas partes. Ahora bien, esa noción técnica e históricamente fechada se volvió una noción analítica al designar el conjunto de principios morales que codifican ciertas relaciones sociales” (Combes. 2011: 22-23)

---

<sup>22</sup> Según la autora (Combes, 2009) sería Gouldner uno de los primeros en pensar el clientelismo como una norma de reciprocidad cercana a esta concepción, sosteniendo la hipótesis de la existencia de una norma universal que impone que las personas tienen que apoyar en cierta medida a aquellos que los ayudaron (Gouldner, 1960: 171).

<sup>23</sup> Véase: (Bezerra, 1998; Herzfeld, 1992; Frederic y Masson, 2007; Palmeira y Heredia, 1995; Vommaro, 2007). En: Vommaro y Quirós, 2007.

Continúa la autora señalando que, en el caso de Scott (1977: 167) y Thompson, la noción de economía moral tiene que ver con una concepción del intercambio entre el pueblo y las élites “que se apoya en normas de *reciprocidad*. En ambos autores están presentes las ideas de reciprocidad y de derecho a la sobrevivencia como normas de la vida cotidiana. Scott toma como punto de partida que las relaciones entre campesinos y élites agrarias son vividas como legítimas, no como explotación, cuando hay una evaluación positiva de los intercambios: Los campesinos tienen una visión implícita del balance de los intercambios, de lo que les cuesta obtener los servicios del patrón, y cualquier cambio objetivo en ese balance tiene posibilidad de llevar a un cambio en la legitimidad de la relación (Scott y Kerkvliet, 1973: 4). La noción de economía moral, al buscar las lógicas y las razones populares de la acción colectiva, permite tener una concepción de la dominación que no supone una interiorización del consentimiento” (Combes. 2011: 22-23).

En el caso de Benín, estudiado por Richard Banégas, se plantea la noción de “la política del vientre”, *aquí*, el político tiene que “comer” mucho y redistribuir, según una concepción compartida a la vez por los políticos y el pueblo. Siguiendo a Thompson (1993), Banégas plantea que: “de cierta forma “la gente de la élite está presa de la gente del pueblo” y las élites no se pueden mantener en el poder si no responden a la obligación de reciprocidad” (Citado por Banégas, 2011: 43-44).

Sobre este argumento añade Combes que nos encontramos ante una visión cercana a lo que ciertos autores han llamado el “clientelismo desde abajo”. Observado en el caso de las relaciones entre el Movimiento al Socialismo y sus seguidores en Bolivia (Do Alto y Stefanoni, 2006) o un habitus militante que toma en cuenta esos derechos. Por ejemplo, en el caso de México, es usual que sean los propios seguidores los que reclamen a los líderes “pasar lista” o “entregar la mercancía a la cual tienen derecho” (Combes, 2009).

Bajo esta perspectiva, plantea Farinetti (citando a Gellner: 1986) que el clientelismo es como un ethos, "(...) como una manera de hacer las cosas entre otras posibles, que tiene su propia moralidad. Está en la esencia del sistema de patronazgo el que pertenezca siempre a un país real que es ambivalentemente consciente de no ser el país legal. El patronazgo puede no ser siempre y necesariamente ilegítimo y corrupto y tiene su propio orgullo, su moralidad; "sabe" sin embargo que está al margen de la moralidad oficial. El patronazgo para este autor es un ethos: un sistema, un estilo, un clima moral. Si bien Gellner incorpora a su análisis el punto de vista de los actores (dimensión subjetiva), su explicación de la emergencia del fenómeno lo coloca en una perspectiva sistémica. Lo que propicia, según él, el surgimiento de una sociedad de patronazgo es la forma de poder: un estado escasamente centralizado, un mercado defectuoso o una burocracia ineficaz. En este sentido, el clientelismo en tanto ethos se explica en términos sistémicos: es el sistema cultural y moral que corresponde a un cierto sistema económico y político (Farinetti, 1988: 7).

Farinetti continúa su argumento basado en Scott (1986) indagando sobre la legitimidad del clientelismo. Así, plantea que "existe una noción de equilibrio del intercambio que está implícita en la raíz de la economía paternalista del campesinado y constituye la base de su concepto de justicia y equidad, lo cual constituye el secreto del mantenimiento, y del quiebre claro, de los vínculos clientelistas. El vínculo se rompe cuando sus partes se lo representan como ilegítimo a la luz de aquel concepto de justicia" (Farinetti, 1988: 7).

El análisis de Scott, continúa Farinetti, no reduce la discusión a simple movimiento de bienes y reducir a ellos la relación social que implica el clientelismo sino que Scott reitera que la importancia de tales intercambios es la creencia de su legitimidad. "O sea, es una norma, la de reciprocidad (la noción de equilibrio del intercambio arraigada en lo que

Thompson llama una economía moral), la que constituye el “cemento” de las relaciones clientelares (Citado por Farinetti, 1988: 7).

### **1.3.2 La norma de reciprocidad**

La literatura cercana a esta perspectiva, como hemos visto con Scott, parece coincidir en destacar la reciprocidad como elemento vinculante en la relación social del clientelismo, delineando imaginarios de merecimiento y/o obligación de los favores, e insistiendo en el argumento que ubica la centralidad en los *vínculos* que desbordan por mucho el cálculo racional.

En esta línea y según lo ha planteado Shelder, “la bibliografía sobre clientelismo ha puesto mucho énfasis en la cuestión de que la sumisión ciega de los clientes no se consigue por la fuerza, sino mediante una red de obligaciones creadas por una serie de favores recibidos en el pasado” (Schelder, 2004 73). Esta “obligación” se regiría por una norma social de reciprocidad. La autora argumenta en este sentido que “las normas de intercambio equivalente que sostienen las transacciones del mercado, así como las normas de gratitud que sostienen las relaciones de intercambio asimétrico, comparten una esencia moral: la idea de justicia recíproca (...) Los derechos no crean deudas ni implican obligaciones de retribución; no dan lugar a expectativas legítimas de reciprocidad. En cambio los actos de ayuda, los favores y los regalos sí lo hacen. Si tengo un derecho legal a x, no tengo que retribuir nada si se me concede x. Pero si alguien me ayuda, me hace un favor o me da algo como un presente, puede esperar que lo ayude, que le haga un favor, o que le dé yo mismo un regalo en algún momento futuro. Los derechos caen fuera del ámbito de la reciprocidad. Sin embargo, las transferencias unilaterales que van más allá de los derechos legales o morales sí exigen muestras futuras de agradecimiento. Piden un flujo inverso de bienes y servicios que equivalga aproximadamente a los actos pasados de generosidad”. (Schelder, 2004 73-74:). Lo anterior supone así una idea bajo la cual los reclamos de

reciprocidad -en este nivel, no suponen simplemente el intercambio material, sino el mantenimiento de ciertos valores que legitiman el sistema.

### **1.3.3 Clientelismo y Elección Racional**

Como parte del mismo debate, los argumentos sobre acciones basadas en la racionalidad de los actores se convierten desde la perspectiva sociocultural, en una de las posturas más controvertidas. Precisamente, porque el punto de partida de este enfoque concibe al clientelismo como una relación social compleja, un sistema de relaciones que han de combinar motivaciones basadas en valores, patrones culturales, sentimientos de gratitud, deber y lealtad, entre otros, como motivaciones basadas en intereses particulares y colectivos de resolución de problemas cotidianos, ascenso social y sobrevivencia en un escenario casi siempre de vulnerabilidad económica.

Auyero, en uno de sus primeros trabajos sobre el asunto (1996) señala que “cuando tratan de analizar las experiencias, pensamientos, evaluaciones incorporadas en las relaciones clientelares –esto es, la dimensión de las representaciones, percepciones, motivos y razones por los cuales los actores envueltos en esas relaciones se comportan de tal o cual manera–, los estudios sobre clientelismo caen en una dicotomía clásica: explicaciones centradas en dos concepciones de la acción: acción normativa o acción racional. En el primer caso, inspirado en la tradición sociológica funcionalista, los sujetos de la relación son vistos como seguidores de una norma, una norma introyectada que al ser internalizada se transforma en fuente de la conducta intencional de los actores: la norma de reciprocidad. La noción de elección racional es la que domina el segundo conjunto de explicaciones. Los sujetos de una relación clientelar son entendidos como calculadores racionales de los mejores medios de maximizar sus capitales. (Auyero, 1996)<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Citado también en Farinetti, 1988)

El autor, sugiere leer los intercambios como “*elecciones prácticas aprendidas a través del tiempo y experimentadas en la vida cotidiana de los actores*”. De acuerdo a esta visión, los intercambios son generados por los esquemas mentales de pensamiento, apreciación, percepción y acción, los cuales son productos incorporados-inculcados por el juego clientelar. Lo que se aprende en una manera que se reconfirma y reproduce en prácticas concretas es, *retornando* a Bourdieu, un habitus clientelar, un conjunto de esquemas de pensamiento, evaluación y acción, el cual a su vez se actualiza en nuevas prácticas clientelares. El proceso de aprendizaje genera una relación especial entre las estructuras de intercambio (las redes clientelares) y las formas de la subjetividad ( Farinetti, 1988: 9)

Recapitulando, la perspectiva sociocultural del clientelismo, plantea un debate en el cual, las posturas normativas del análisis politológico se ven agotadas frente a la complejidad de un fenómeno que se constituye también en las prácticas y discursos de la cultura. Así, el abordaje del clientelismo desde el solo comportamiento de actores maximizadores de beneficios, basados en su interés individual, no soluciona las preguntas que recaen sobre los mecanismos de adhesión de las redes clientelares, así como sobre los valores presentes en dicha relación, tales como las lealtades, la amistad, el parentesco, la identidad, entre muchos otros. Los autores consultados, cuestionan estas posturas y reiteran la necesidad de ampliar el repertorio de preguntas, donde puedan incluirse nociones sobre la “experiencia” y la “subjetividad” de los participantes. Aquí, se debe incorporar tanto la mirada de los clientes e intermediarios<sup>25</sup> de niveles secundarios, como las aproximaciones y perspectivas de las organizaciones (partidistas para este caso) y sus líderes.

---

<sup>25</sup> (...) según Weber-Pazmiño (1991: 44) aun una relación clientelar es una relación de brokerage, porque el patrón juega el papel de mediador. (véase Weber-Pazmiño, 1991: 37ss).bróker en inglés, hace referencia a agente, gestor, intermediario o también palanca, patrón intermediario, puente (Citado en Schroter, 2010: 144 - 145)

Desde este punto de vista y específicamente en el marco de esta investigación, se incorporan preguntas asociadas a la perspectiva individual del líder y algunos miembros de su círculo íntimo, quienes manifiestan motivaciones, presupuestos discursivos y formas de hacer las cosas, con lo cual se puede aproximar un relato propio de esta historia clientelista.

Igualmente, una pregunta por el enraizamiento político partidista, constituido por medio de “territorios electorales”, donde se combina la construcción de infraestructura pública, asociada al nombre de Guerra Serna y del DLA, con una presencia simbólica que avanza en la creación de identidades y participación política, reflejando a su vez, la presencia de valores como la lealtad, gratitud, cercanía e inclusión, entre algunos otros.

Las perspectivas analíticas aquí recogidas, ofrecen además de claves analíticas, una amplia batería de preguntas, hallazgos y conclusiones que señalan el punto de partida de las reflexiones realizadas en el presente caso de estudio.

## CAPÍTULO 2 EL PESO DE LA JEFATURA



El político antioqueño Bernardo Guerra Serna. Tomado de Revista BOCAS.  
Fotografía: Hugo Villegas. Abril 20 de 2014.

El perfil político de Bernardo Guerra Serna tiene importancia para la historia política regional y nacional porque encarna -entre otras- una forma particular de hacer política partidista en Colombia.

Como se ha dicho en el capítulo anterior, el fenómeno del Clientelismo es analizado por Francisco Gutiérrez Sanín, como el “desplazamiento de los notables por los barones electorales”. El autor, analiza la forma en la cual, líderes como Bernardo Guerra Serna superan una tradición y un grupo reconocido en el poder a través de su capacidad para insertarse en el corazón mismo del partido y maximizar el rendimiento que hablaría en su nombre y lo posicionaría como barón electoral, una de las principales figuras del Partido Liberal en el departamento de Antioquia y jefe natural del Directorio Liberal de Antioquia. Esta estrategia se acompañaría principalmente de un discurso regional, anti-descentralista y una decidida intermediación clientelar. Asimismo, un marco normativo post

frentenacionalista y una época de crecimiento e industrialización de la ciudad, fueron el escenario de actuación de su liderazgo que tuvo vigencia por más de 40 años<sup>26</sup>. Estos antecedentes enmarcan la reflexión sobre un asunto específico: El peso político de la jefatura de Bernardo Guerra Serna.

Como sustento de las afirmaciones anteriores se recogen los resultados electorales para corporaciones públicas en Antioquia a nivel departamental y local (Municipios de Medellín y Peque) donde se muestra la predominancia del partido Liberal en el Concejo de Medellín, la Asamblea departamental de Antioquia, y en elecciones regionales a la Cámara de Representantes y el Senado de la República.

De este modo, en la serie de tablas 1, el predominio electoral entre 1970 y 1988 estuvo en manos del partido Liberal, seguido por el partido Conservador, y con otros partidos y movimientos como tercera fuerza, quienes muestran una mínima participación electoral. Estos últimos presentan resultados destacados para la Anapo en 1974 y para la unión Patriótica en 1984.

**Serie 1. Tablas**  
**Resultados Electorales. Corporaciones Públicas**  
**Medellín. 1970 – 1988**

Medellín 1970	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Otros
	Asamblea	104.715	80.990	3.858
	Cámara	106.828	81.702	_

<sup>26</sup> En artículo de El Tiempo sobre el líder político se realiza la siguiente presentación de sus inicios en la vida política de la ciudad: (...) 1974 fue el año en que comenzó el régimen de Guerra. En esas elecciones su lista obtuvo 230 mil votos, la cifra más alta que haya conseguido un político con poder regional en toda la historia. Así consiguió tener cuatro senadores, nueve representantes a la Cámara y 12 diputados. (...) Entre 1988 y 1990 su poder se hizo absoluto. En la primera elección popular de alcaldes se alzó con 53 alcaldías de los 120 pueblos de Antioquia; la gobernadora Helena Herrán le concedió el manejo de ocho de las diez secretarías del departamento. En el 90, su lista al Senado consiguió 190 mil votos (...). Publicación <http://eltiempo.com> Sección Información general. Fecha de publicación 15 de marzo de 1998. Autor Sergio Ocampo. Madrid

	Senado	107.290	81.795	_
--	--------	---------	--------	---

Medellín 1972	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Otros
	Asamblea	39.196	34.043	3.445

Medellín 1974	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	103.245	65.070	22.620	9.625
	Cámara	103.330	65.202	22.708	9.628
	Senado	103.763	65.295	22.690	9.620

Medellín 1976	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	43.717	33.744	4.037	6.200

Medellín 1978	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	59.777	48.518	3.050	7.721
	Cámara	60.305	48.459	3.038	7.665
	Senado	60.615	49.045	3.034	7.473
Concejo	58.969	48.691	_	11.124	

Composición Concejo: PL: 10, PC: 9, OTROS: 1

Medellín 1980	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	49.808	33.748	3.829	5.618
	Concejo	49.953	33.562	_	9384

Medellín 1982	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	90.885	78.041	_	9.098
	Cámara	90.879	79.388	_	8.907
	Senado	92.065	74.201	_	8.387
Concejo	89.492	77.436	_	9.981	

Composición Concejo: PL: 110, PC: 10, OTROS: 0

Medellín 1984	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	75.422	56.740	_	7.904
	Concejo	74.726	55.136	_	7.904

Composición Concejo: PL: 11, PC: 8, OTROS: 0

Medellín 1986	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	UP	Otros
	Asamblea	110.050	80.263	6.827	5.887
Cámara	104.286	83.211	6.854	5.812	

	Senado	107.286	82.195	6.669	207
	Concejo	111.902	80.263	-	11.598
Composición Concejo: PL: 11, PC: 8, OTROS: 1					

Medellín 1988	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador		Otros
	Asamblea	95.369	92.581		3.499
	Concejo	97.191	91.973		11.342
Composición Concejo: PL: 10, PC: 9, OTROS: 1					

Fuente: Elaboración propia a partir de información de los Anuarios Estadísticos de Antioquia. Indicadores Electorales. 1970-1988. Universidad de Antioquia. Sala Antioquia.

Tal predominio, implica, entre otros asuntos, el control de los escenarios decisorios y el acceso a recursos públicos más importantes del departamento. Cómo se muestra para el caso del concejo de la ciudad de Medellín, el partido Liberal es mayoritario en esta corporación durante las dos décadas que comprende el estudio.

Ahora bien, si la ciudad de Medellín fue un importante nicho electoral para el liberalismo, que capitalizarían el DLA y de manera central Bernardo Guerra Serna, los resultados en Antioquia muestran que también el Partido Liberal tuvo predominio en todos los escenarios electorales del departamento a partir de 1972, (en las elecciones de 1970 es el partido conservador quien obtiene los más altos resultados del departamento). Igualmente, cabe anotar que a partir de 1972 la Anapo participa en las elecciones del departamento como tercera fuerza política hasta 1980, al lado de los partidos tradicionales Liberal y Conservador<sup>27</sup>.

<sup>27</sup> La Anapo no figura en las elecciones departamentales en los periodos de 1982 y 1984.

**Serie 2. Tablas**  
**Resultados Electorales. Corporaciones Públicas**  
**Departamento de Antioquia. 1970 – 1988**

Antioquia 1970	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	212.572	242.689	_	8.575
	Cámara	215.577	245.770	_	_
	Senado	216.199	246.152	_	_

Antioquia 1972	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	119.255	117.002	70.348	10.096

Antioquia 1974	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	284.915	208.805	59.151	18.383
	Cámara	286.091	209.555	58.693	18.350
	Senado	286.987	209.641	58.748	18.366

Antioquia 1976	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	160.024	160.815	14.036	16.998

Antioquia 1978	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	206.400	192.279	13.684	17.303
	Cámara	206.610	192.995	13.641	17.263
	Senado	207.141	193.192	13.792	16.837
	Concejo	202.231	192.634	_	30.121

Antioquia 1980	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Asamblea	217.100	178.020	11.982	12.024
	Concejo	216.330	179.507	_	25.056

Antioquia 1982	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Concejo	303.170	279.722		26.382
	Asamblea	303.023	278.588	_	21.427
	Cámara	303.288	280.204	_	21.197
	Senado	306.782	274.227		20.457

Antioquia 1984	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Concejo	280.751	249.560	_	22.518
	Asamblea	286.174	248.483	_	18.388
	Cámara	303.288	280.204	_	21.197

	Senado	306.782	274227	:	20.457
--	--------	---------	--------	---	--------

Antioquia 1986	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Concejo	350.857	314.107		14749
	Asamblea	344.998	315.372	30.518	14.749
	Cámara	336.932	317.446	30.464	14.139
	Senado	346.932	317.446	30.209	545

Antioquia 1988	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Concejo	372.586	319.541	17.635	33.472
	Asamblea	374.436	322.412	36.459	4.855

Fuente: Elaboración propia a partir de información de los Anuarios Estadísticos de Antioquia. Indicadores Electorales. 1970-1988. Universidad de Antioquia. Sala Antioquia.

### Serie 3. Tablas

#### Resultado Electorales Bernardo Guerra Serna Corporaciones Públicas. 1970 – 1988

Cámara de Representantes. Partido Liberal. 1970				
Candidatos	Lista	Antioquia	Medellín	Peque
Evelio Ramírez Martínez	Pastranista	82.118	40.035	818
Gilberto Zapata	Rojista	97.598	51.317	1
Froilán Montoya Mazo	Belisarista	16.764	9.357	75
Bernardo Trujillo	Belisarista	5.550	4.114	51
Bernardo Guerra Serna	Pastranista	NR	NR	NR <sup>28</sup>

Cámara de Representantes. Partido Liberal. 1974				
Candidatos	Lista	Antioquia	Medellín	Peque
Bernardo Guerra Serna	Oficiaista	188.841	73.546	1749
Hernando Agudelo Villa	Antioquia Liberal en Marcha	97.250	29.784	493

<sup>28</sup> Bernardo Guerra Serna es elegido Representante a la Cámara en 1970. Sus datos electorales no se registran, probablemente porque no es uno de los electores principales para este periodo. Fuente: Anuario Estadístico de Antioquia. Indicadores Electorales. 1970.

Senado de la República. Partido Liberal. 1978				
Candidatos	Lista	Antioquia	Medellín	Peque
Bernardo Guerra Serna	Turbayista	91.008	73.546	1846
Jorge Valencia Jaramillo	Llerista	61.665	32.374	12
Federico estrada Vélez	Turbayista	19.665	4.290	169
William Jaramillo Vélez	Turbayista	23.478	6.233	—
Mario Gutiérrez Cárdenas	Turbayista	11202	1179	—
Rubén Darío cano	M Liberal Independiente	133	132	—

Senado de la República. Partido Liberal. 1982				
Candidatos	Lista	Antioquia	Medellín	Peque
Bernardo Guerra Serna	DLA	178.208	40.668	2091
Federico estrada Vélez	DLA Oficial	33.261	5.856	14
William Jaramillo Gómez	DLA Departamental	26.300	7.188	1
Iván Marulanda Gómez	Nuevo Liberalismo	19.526	15.141	—
Jesús Alberto Vallejo	DLA por Galán	17.664	11.936	—

Asamblea Departamental de Antioquia. Partido Liberal. 1984				
Candidatos	Lista	Antioquia	Medellín	Peque
Bernardo Guerra Serna	DLA	152.018	31.310	1840
William Jaramillo Gómez	DLA Departamental	22.375	5.394	2
Luis Carlos Galán Sarmiento	Nuevo Liberalismo con Galán	35.274	21.238	1
Héctor Arango Ángel	DL Popular Antioquia	27.300	3.756	22
Alberto Santofimio Botero	Movimiento Renovación Liberal	9.666	1.979	—

Senado de la República. Partido Liberal. 1986				
Candidatos	Lista	Antioquia	Medellín	Peque
Bernardo Guerra Serna	DLA Oficial	182.418	43.787	1644
Federico estrada Vélez	DLA Popular	35.673	8.552	22
William Jaramillo Gómez	DLA Departamental	51.845	16.014	1
Álvaro Uribe Vélez	Sector Democrático	39.000	12.997	56
Iván Marulanda Gómez	Nuevo Liberalismo Antioquia por Galán	37.996	26.242	3

Asamblea Departamental de Antioquia. Partido Liberal. 1988				
Candidatos	Lista	Antioquia	Medellín	Peque
Bernardo Guerra Serna	DLA Oficial	169.198	22.227	1561
José Héctor Arango Ángel	DLA Sector Democrático	15.629	174	—
Jorge Iván Carvajal Sarmiento	DLA Sector Democrático	17.022	11.118	—
Jesús Alberto Díaz Muñoz	DLA Sector Democrático	17.407	749	—
Héctor Alberto Foronda Pimienta	DL	18.173	6.845	6
José Alberto Prieto Mesa	DL Departamental Antioquia	63.988	16.408	—
Carlos Restrepo Arbeláez	DLA Convergencia Liberal	26.414	10623	3
Gabriel Jaime Noreña	Nuevo Liberalismo	19.939	14252	—

Fuente: Elaboración propia a partir de información de los Anuarios Estadísticos de Antioquia. Indicadores Electorales. 1970-1988. Universidad de Antioquia. Sala Antioquia.

Cómo se muestra en la serie anterior, entre 1970 y 1988, Bernardo Guerra Serna fue Senador de la república (tres periodos electorales), Representante a la Cámara (dos periodos electorales), y Diputado de la Asamblea departamental (tres periodos electorales). A partir de 1980 y hasta 1988 sus resultados electorales en la lista del DLA en Antioquia, superan en al menos tres veces los resultados de los demás candidatos del partido Liberal. Para el periodo electoral de 1974 obtiene, con la lista oficialista, el doble de la votación de los demás candidatos del partido. Solo en el periodo electoral de 1978, sus resultados superan en un 30% el resultado de los demás candidatos copartidarios. El comportamiento en la ciudad de Medellín muestra un margen superior aún mayor, en todos los periodos electorales en los que el Bernardo Guerra Serna participa entre 1972 y 1980.

Ahora bien, como complemento de este argumento, se recogen los resultados electorales generales que entre 1970 y 1988 obtuvo el partido liberal en el municipio de Peque, Antioquia.

Con estos se evidencia como el predominio de este partido configura el poder local en el municipio, alimentando la red de apoyo político con la que cuenta el líder político y afianzando la idea de “enraizamiento” en el territorio.

Así, el municipio de Peque Antioquia, lugar de procedencia de Bernardo Guerra Serna, evidencia una filiación partidista Liberal, con un electorado estable, que apoya al líder ininterrumpidamente entre 1972 y 1988, con un promedio de 1800 votos y un amplio margen entre éste y los demás candidatos del partido. Como se muestra en la tabla 3, el contendor del partido que más alta votación obtuvo en el municipio, fue el candidato Hernando Agudelo Villa con 439 votos en 1974. Sin embargo el margen de diferencia predominante en el periodo de estudio no supera un promedio de 100 votos.

#### Serie 4. Tablas

##### Resultados Electorales Corporaciones Públicas.

##### Peque, Antioquia 1970-1988

Cámara de Representantes	Periodo Electoral	Partido Liberal	Partido Conservador	Otros
	1970	977	45	_
	1974	2287	46	_
	1978	2024	79	11
	1982	2107	42	_

Senado de la República	Periodo Electoral	Partido Liberal	Partido Conservador	Otros
	1970	984	45	_
	1974	2291	45	_
	1978	2027	81	7
	1982	2106	42	_
1986	1726	99	_	

Asamblea departamental de Antioquia	Periodo Electoral	Partido Liberal	Partido Conservador	Otros
	1972	1491	43	_
	1974	2291	46	_
	1976	1825	66	_
	1978	2025	78	12
1980	2130	74	_	

	1982	2107	42	_
	1984	1867	74	_
	1988	1570	11	11 <sup>29</sup>

Fuente: Elaboración propia a partir de información de los Anuarios Estadísticos de Antioquia. Indicadores Electorales. 1970-1988. Universidad de Antioquia. Sala Antioquia.

En corporaciones como el Concejo Municipal, la Asamblea departamental, la Cámara de representantes y el Senado de la república, el municipio de Peque, Antioquia, en el predomina el partido Liberal entre 1980 y 1988, con una representación electoral mínima del partido Conservador y una nula o muy marginal presencia de votos para otros partidos y movimientos políticos.

Para el caso del concejo municipal, se encuentra que a lo largo de las dos décadas de estudio, este estuvo compuesto de manera exclusiva por el partido Liberal.

#### Serie 5. Tablas.

#### Resultados Electorales, Concejo Municipal.

#### Peque, Antioquia. 1978 – 1988

Peque, Antioquia 1978	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Concejo	2.062	_	_	_
	Composición Concejo: PL: 8, PC: 0, OTROS: 0				

Peque, Antioquia 1980	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Concejo	2.136	_	_	:
	Composición Concejo: PL: 8, PC: 0, OTROS: 0				

Peque, Antioquia 1982	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Concejo	2.095	_	_	_
	Composición Concejo: PL: 8, PC: 0, OTROS: 0				

Peque, Antioquia 1984	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Concejo	1.757	68	_	_
	Composición Concejo: PL: 8, PC: 0, OTROS: 0				

<sup>29</sup> La suma final de la votación general del municipio puede variar considerando el total de votos en blanco o nulos

Peque, Antioquia 1988	Corporación	Partido Liberal	Partido Conservador	Anapo	Otros
	Concejo	1.178	_	_	_
	Composición Concejo: PL: 9, PC: 0, OTROS: 0				

Fuente: Elaboración propia a partir de información de los Anuarios Estadísticos de Antioquia. Indicadores Electorales. 1970-1988. Universidad de Antioquia. Sala Antioquia.

Con la superioridad del partido Liberal como telón de fondo, Bernardo Guerra Serna capitaliza una significativa fuerza política electoral en la ciudad y en la región. Esta fuerza se traduce al menos en cuatro elementos. Primero: una trayectoria política en el Partido Liberal de aproximadamente cuatro décadas, que lo mantuvo en ascenso hasta finales de los años 80s. Segundo, y como parte de lo anterior, Bernardo Guerra Serna participó durante ese tiempo, en los principales cargos de representación política de la ciudad y la región, configurando una importante carrera de reconocimiento como político liberal, tanto de cara a la población, como frente a organizaciones y facciones partidistas conservadoras y liberales, y por supuesto, de cara otros líderes políticos en todos los niveles territoriales. Tercero, como se muestra en la serie de tablas 3, se constituye en el elector más importante del liberalismo en la ciudad y en el departamento. Cuarto, Bernardo Guerra Serna se inserta en la política de la región, es decir, su trayectoria y reconocimiento implican su presencia a lo largo de buena parte del departamento de Antioquia, configurando “territorios electorales”, a través de discursos, y prácticas partidistas. La combinación de estos elementos, constituiría su *capacidad* política electoral y su “lugar” como barón electoral por excelencia en Antioquia.

## 2.1 De su recorrido

Nacido en 1930 el municipio antioqueño de Peque en el Occidente de Antioquia, en una familia liberal, Bernardo Guerra Serna se desplazó en 1948 a Medellín a realizar sus estudios secundarios en el Liceo Antioqueño. Como un bosquejo del espíritu de la época, se ha contado como anécdota que fue expulsado de la institución, la cual por ese tiempo

tenía un carácter confesional y conservador; en sus palabras, era una época en la que el “liberalismo se asociaba al comunismo y al comunismo con el diablo”. Sus comentarios y críticas sociales sobre diversos problemas de las regiones y de su pueblo le habrían adjudicado la etiqueta de Político liberal. Terminó sus estudios secundarios en el municipio de Ríonegro y su carrera de Derecho en la Universidad Libre de Bogotá en el año 1959, y a finales de ese año llegó a Medellín a hacer parte de las tertulias del Café La Bastilla.

En el año de 1967 ingresó al Directorio Liberal de Antioquia, para entonces manejado desde el Club Unión en Medellín donde habría de mostrar la habilidad política que le permitiría sobresalir y mantenerse: su habilidad para conseguir votos, aún estando por fuera de las élites tradicionales de la política de la ciudad y del partido.

Hacia 1948 presidió el Comando de juventudes liberales de Antioquia, pero el evento que marcó el inicio definitivo de su carrera política fue su elección como diputado de la Asamblea Departamental en 1960 y su posterior vinculación al Movimiento Revolucionario Liberal, MRL fundado por Alfonso López Michelsen –de cuya fundación en Antioquia participaron Estanislao Posada y Jaime Isaza Cadavid, entre otros–. Fue vicepresidente del Directorio Liberal de Antioquia en 1967 cuando se reunifica el oficialismo liberal y el MRL. Desde entonces empieza a competir con el notablato liberal antioqueño que se reunía en el Club Unión (Restrepo, Franco, 2006: 208).

(...) El doctor Guerra fue Concejal de Medellín, diputado a la Asamblea departamental de Antioquia, fue Alcalde de Medellín, Gobernador de Antioquia, Representante a la Cámara, Senador de la República, Presidente del Congreso, solo le faltó ser Ministro y Presidente. Y fue Jefe único del liberalismo en Antioquia, del directorio liberal de Antioquia durante mucho tiempo, todavía va al directorio y lo buscan y le piden consejo (...) Entrevista. Revista Semana. Junio 14 de 1982)

Se opuso al centralismo del Club Unión y dirigió sus esfuerzos a la construcción de un movimiento regional, basado menos en el discurso y más en el contacto con la población y en su capacidad de capitalizar dicho relacionamiento<sup>30</sup>.

Identificó una oportunidad de incursionar en política en el Occidente del departamento y logró ir escalando a través de su trabajo en correrías por diferentes municipios de las otras subregiones de Antioquia. Su promoción como un movimiento fuera de las élites del partido, va a señalar un lugar de diferenciación que apela a características populares de cercanía con “el pueblo” y la “región”. Este discurso permanecería durante toda su carrera, como parte de su slogan político.

Es importante anotar que este proceso de distancia con los notables, no implicó una transformación estructural del poder político en el país. Tal como lo expone Franco, las tensiones con el centralismo fueron funcionales a la “proyección ideológica del pueblo – región, y no traspasa los límites de una estructura Estatal, ni genera un movimiento de oposición hostil, especialmente por la expansión económica generada en la región<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> Referencia a su relación y distancia con algunos líderes del entonces reconocido Club, la cual deja ver su discurso pragmático: (...) Lo que pasa es que ellos no calcularon el enemigo que tenían. Ellos en sí eran muy teóricos y muy intocables, entonces esa política de la minucia, de la menuda no la conocían, ellos vivían en la estratosfera (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

<sup>31</sup> Amplía la autora señalando que “las tensiones entre emergentes y notables no solo se vieron atenuadas por la identidad ideológica o la idea de pueblo-región, sino también porque no se produjo una ruptura con los intereses de los sectores económicamente dominantes. (Esto se evidencia, por ejemplo, en la continuidad de los grandes proyectos de infraestructura a pesar del relevo de los partidos en la Gobernación de Antioquia y la Alcaldía de Medellín. Aunque no eran objeto de debate público, sobre ese conjunto de proyectos existía un consenso implícito, que permitió sobreponerse a las crisis de gobernabilidad – relacionadas con la paridad–.). Los emergentes lograron establecer una relación orgánica de coligación con los centros de poder económico regional y ser aceptados como parte de una esfera política diferenciada. Aunque ello no niega la existencia de un malestar crónico con estos profesionales de la política, que se revela en el desprestigio general del arte de la política y en las acusaciones de clientelismo y corrupción” (Franco, 2006: 238)

(...) nosotros veníamos de una cosa totalmente diferente a esa expresión nacional, éramos un movimiento más bien regional, precisamente contra lo de Bogotá, contra algunos de Medellín,



contra ese centralismo en el Club Unión y para la gente de clase media y clase baja, el hablar del Club Medellín y del Club Unión en ese entonces eso era la élite (...) nos centramos en hacer los movimientos regionales. Por ejemplo, el núcleo liberal más fuerte que existía en ese momento era en el Occidente antioqueño y los diputados, los representantes y los senadores eran del oriente o eran de otra parte diferente, menos del Occidente. ¿A qué se debía? A que se decía que eran votos cautivos y en buena parte porque la gente no estaba preparada

o no les habían inculcado esa necesidad de la representación y nosotros arrancamos por ahí, con las banderas del partido e irrumpimos en el Occidente en ese aspecto (...) entonces nosotros fuimos buscando una conciencia de las regiones, entonces ya levantamos y nos fuimos al Suroeste, ya penetramos a Rionegro, y empezamos a entrar al Nordeste (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)<sup>32</sup>

Heredero de una filiación partidista liberal, nacido en un municipio antioqueño alejado de Medellín y parte de una familia labriega<sup>33</sup>, inició su carrera dejando su pueblo en busca de las oportunidades de la capital. Como actividad económica particular Bernardo Guerra Serna trabajó en el sector ganadero, negocio familiar que conserva a lo largo de vida y escenario que le permitió construir relaciones con sectores de diversos lugares del país. Según información de entrevistas<sup>34</sup>, su trabajo como comisionista en la Feria de Ganados de Medellín, le permitió realizar intercambios con ganaderos de la Costa Atlántica, norte y sur del país, y de la gran mayoría de los municipios de Antioquia, donde capitalizaría contactos con diversos dirigentes políticos del departamento. Como se ha mostrado en otros estudios sobre partidos locales o liderazgos partidistas, el trabajo político se

<sup>32</sup> El político antioqueño Bernardo Guerra Serna. Tomado de Revista BOCAS. Fotografía: Hugo Villegas. (2017/04/20)

<sup>33</sup> Sobre parte de sus antecedentes Véase: <http://www.elmundo.com/porta/resultados> (2010/12/5)

<sup>34</sup> Entrevista. Guerra Hoyos. Octubre de 2004. IEP

sustenta en otras actividades económicas y/o sociales que favorecen el contacto con la comunidad. Su trabajo en diferentes municipios de Antioquia se apoyaría también en estas actividades de relacionamiento<sup>35</sup>.

Como parte de este argumento, se retoman los aportes de García Sánchez, quien, al analizar la constitución de redes políticas clientelares, plantea que algunos asuntos van más allá de la “actuación” del líder político y se ubican en el contexto social y político desde el que este interactúa. Señala el autor que: “aunque bajo el esquema clientelista la elección gira en torno a la personalidad del político, aspectos como la filiación partidista y la preeminencia social del candidato han sido y siguen siendo fundamentales en la construcción de las redes de clientela, en la medida en que ayudan a la canalización de recursos simbólicos y económicos, y a su vez operan como mecanismos de legitimación de la relación (a través de legitimidades tradicionales)<sup>36</sup>. Sin embargo, en el esquema de representación particularista, la relación cara a cara del político con su electorado es determinante. En ese sentido el carácter individual de la elección bajo el clientelismo, está lejos de aquel de la democracia de "auditorio" en donde son los medios los que presentan al político ante el electorado)” (García Sánchez; 2010: 30). Esta individualización de la relación es a partir de la cual se construyen los intercambios asimétricos, tornándose por tanto elemento central de la representación clientelar

---

<sup>35</sup> Arenas y Echeverry (2007), a partir de su trabajo sobre el partido Liberal en Quimbaya, Quindío, muestran cómo las actividades comerciales en las que participa un líder y/o grupo político, están asociadas con su capacidad de relacionamiento con la comunidad. Desde graneros, hasta grandes almacenes o diversos tipos de negocio al por menor, operan como vitrina política y como lugar donde se tejen contactos e impresiones (Arenas y Echeverry, 2007: 26).

<sup>36</sup> Vale la pena señalar que también pesa la auto imagen que el político ofrece de sí mismo y la manera como lee el contexto en el que desarrolla su actividad. Por ejemplo, es ilustrativa esta manera en que Bernardo Guerra Serna interpretó su salida de la gobernación y la idea de que esta era solo un “episodio” que mostraba que tenía enemigos de clase, remarcando la auto imagen de ser el representante del pueblo que debe afrontar los embates de la élite que lo expulsa por lo que “el representa” Véase: <http://www.semana.com/nacion/articulo/tengo-enemigos-de-clase/8275-3> (1986/11/17).

## 2.2 Los cargos de Representación Pública

Cómo muestra el gráfico 1, desde el año 1960<sup>37</sup>, Bernardo Guerra Serna accede a los principales cargos de representación pública de la región. Inicia como diputado en 1960, cargo que detentará durante tres periodos (1960-1962, 1984-1986 y 1988-1990). Su principal escenario de actuación es de carácter regional, ya que, también entre 1968 y 1978 es tres veces Representante a la Cámara por el departamento de Antioquia. Para el año 1986 es designado como gobernador del departamento<sup>38</sup>.

En la escena municipal de Medellín participa entre 1982 y 1984 como concejal del municipio y entre 1979 y 1981 como Alcalde de la ciudad.

Entre 1979 y 1980 fue el presidente de la junta directiva de Empresas Públicas de Medellín<sup>39</sup>, y de manera continua desde 1967 actuó como parte de la dirigencia del Directorio Liberal de Antioquia. A nivel nacional fue nombrado por decreto presidencial embajador en la OIT y en las Naciones Unidas.

En el panorama nacional fue Senador electo cinco veces consecutivas entre 1978 y 1998.

El reconocimiento de esta trayectoria, permite afirmar que entre 1960 y 1998, Bernardo Guerra Serna consolida una carrera política a través de la cual tiene acceso a los principales cargos de representación pública en la región y el país (exceptuando Presidente de la República, Ministro de Gobierno y Embajador). Estos escenarios le permiten el acceso al presupuesto y la administración del Estado, la libre asignación de cargos públicos (y/o su respectiva negociación), visibilidad y oportunidades de reconocimiento entre la población

---

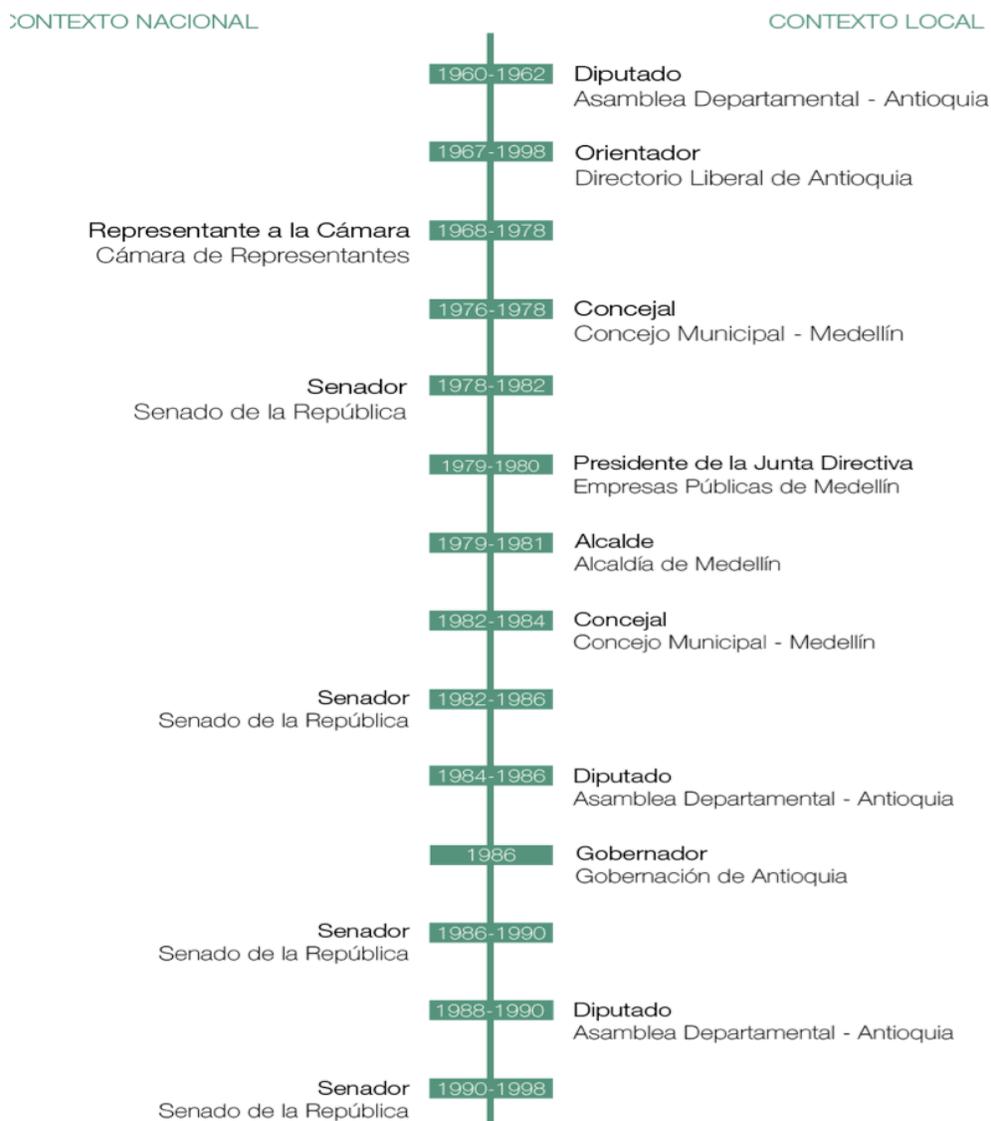
<sup>37</sup> La línea de tiempo que incluye la información sobre los cargos de representación detentados por Bernardo Guerra Serna, permite visibilizar su recorrido desde 1960. Sin embargo, los datos electorales recogidos están sujetos al periodo de estudio del trabajo de investigación, entre 1970 y 1988.

<sup>38</sup> Es importante resaltar que Bernardo Guerra Serna fue concejal de muchos municipios de Antioquia durante varios periodos, dado que la norma permitía la simultaneidad en dichos cargos. Por esta razón fue cabeza de lista para el Concejo en muchas de las contiendas locales, lo que podría revelar la red de políticos locales que lo tenían como jefe. Según artículo de prensa Bernardo Guerra Serna fue concejal en más de medio centenar de municipios. Véase: <http://www.eltiempo.com/bocas/entrevista-con-el-politico-liberal-antioqueno-bernardo-guerra-sera-en-revista-bocas-79886>

<sup>39</sup> Como se señala en párrafos posteriores, uno de los cargos de mayor influencia en el departamento de Antioquia.

y, el liderazgo de su facción, con lo cual, además de poderío electoral, reafirma sus estrategias partidistas, centradas en el fortalecimiento de redes políticas locales y regionales, sustentadas en el intercambio clientelar.

Gráfica 1. Línea de tiempo. Cargos Ocupados por Bernardo Serna 1960 – 1998



Fuente: Elaboración propia a partir de información de Restrepo, Franco, 2006.

### 2.3 La red como estrategia

En relación con lo anterior, y recurriendo a Mauss, vale la pena retomar aquellas alusiones a la naturalización de una "cierta capacidad de hacer política", con frases como "La política se lleva en la sangre", "es un don especial", es parte de las "cualidades innatas". Según Mauss, la frase condensa una de las imágenes que se proyectan: la naturalización de la persona como político y de sus atributos como cualidades de la política. "La persona como político natural remite a lo que Bourdieu y Passeron definieron como "sociodisea", proceso que legitima a la sociedad tal como es a partir de una "ideología de dones naturales" y "gustos innatos". Ahora bien, esa naturalización está acompañada de un "don". Según Marcel Mauss, el "don" no es sólo un atributo o facultad determinada; así, quien posee "don" está obligado a darlo, a redistribuirlo en modalidades diversas y múltiples, (...) en sí mismo, el acto de dar asume formas muy solemnes (...) El que da demuestra una modestia exagerada (...) El objetivo de todo esto es desplegar generosidad, (...) así como grandeza. Sin embargo, con todo, lo que se pone en juego son mecanismos de obligación e, incluso, mecanismos de obligación por medio de cosas". (Citado por Rubio, Serrano. Rocío, 2003: 62-64). En este contexto, cuando se tiene "el don de la política", el líder debe dar parte de éste en modalidades tales como: la intermediación, el préstamo de favores, la movilización de recursos o la construcción de un movimiento. Estas modalidades demandan de sus receptores obligaciones, uno de los elementos clave para entender las lógicas clientelistas.

Como complemento de este discurso, Bernardo Guerra Serna irrumpe con una estrategia de trabajo político partidista sustentada en la consolidación de redes de clientela, basadas entre otros aspectos, en el intercambio de favores por votos<sup>40</sup>. Se sostiene aquí que el

---

<sup>40</sup> Cómo se muestra en la primera parte de este trabajo, si bien los intercambios clientelares se visibilizan principalmente en la lógica: "favores por votos", no es este el intercambio exclusivo que se involucra en la red. Las nociones de pertenencia e identidad, valores, patrones culturales, entre otros, representan un peso significativo en las transacciones.

trabajo político partidista de la época, se sustenta en redes sociales, que se tejen desde relaciones cotidianas a nivel municipal, de pueblos pequeños e intermedios, hasta grandes ciudades e instituciones influyentes. La idea de red (seguramente el argumento no es nada original pero se encuentra necesaria su reiteración) es la fotografía más fiel de las formas de socialización política partidista<sup>41</sup> y el trabajo de Bernardo Guerra Serna es una clara representación de esta sociotécnica<sup>42</sup>.

A modo de fotografía, se recogen las siguientes frases, publicadas por el periódico El Tiempo en el año de 1998, las cuales permiten visibilizar, entre otros, un liderazgo que se reconoce sin tapujos, como clientelista”, “pragmático”, “amigo de los pobres” (y además exitoso).

---

<sup>41</sup> Sobre la perspectiva de redes se retoman aportes de Barnes y a Mayer, (citados por Rubio Serrano) quienes encuadran el origen del concepto y su importancia para el análisis. Así, “(...) La perspectiva de redes apareció en el escenario académico en los cincuenta con el estudio de John Barnes sobre una comunidad noruega de pescadores y granjeros. Barnes se acercó a esta comunidad a partir de tres campos sociales. El primero era el sistema territorial; el segundo, el de la industria pesquera, y el tercero, el configurado a partir del parentesco, la amistad y las relaciones, con vínculos continuamente cambiantes y sin grupos estables ni coordinación global. A propósito del tercer campo, presentó el término "red" para referirse a aquella imagen compuesta por: [...] un conjunto de puntos, algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos son personas o, a veces, grupos, y las líneas indican qué persona interactúa con cada una de las otras. (...) El uso que Barnes dio al concepto de red fue más metafórico que analítico. Sin embargo, su estudio advierte en las ciencias sociales la importancia de las relaciones y su carácter dinámico. En los estudios políticos, el pionero en el análisis de redes fue Adrián Mayer con su trabajo sobre la forma en que los candidatos al Concejo de Dewas, en el estado hindú de Madhaya Pradesh, utilizaban sus relaciones sociales para conseguir los votos para obtener una curul. Mayer consideró que una red es: [...] un conjunto de cadenas finitas de relaciones sociales, que se extienden desde un ego y se crean como tales para un propósito particular suyo, aunque cada una de las relaciones particulares incluidas puede tener su propia existencia aparte de ese propósito [...] Mayer observó que la estrategia del candidato del partido del Congreso al Concejo de Dewas fue la de emplear una red: [...] de muy largas cadenas para llegar a diversos grupos. Esto significó que la influencia obtenida en cada eslabón podía ser de muy diferente naturaleza [...] Pero cualquiera que fuese la naturaleza de las relaciones como tales, si se podían manipular eficazmente, el resultado sería un flujo centrípeto de apoyo político para ego, el candidato. La definición de red propuesta traspasa el uso metafórico del término. Introdujo nuevos elementos para el análisis, como la noción de cadenas finitas que conforman una red, la dirección (de los flujos) en los intercambios de recursos presentes y las fuentes a las que acude para obtener sus recursos. Adicionalmente, Mayer presentó de manera embrionaria lo que en la literatura moderna se conoce como intermediarios o brokers”. (Rubio, Serrano. Rocío, 2003: 46 – 48)

<sup>42</sup> La noción de sociotécnica hace referencia a una metodología particular aplicada abiertamente en el ámbito social donde el líder u organización despliega su trabajo en pro de su éxito y/o permanencia.

(...) Claro que soy clientelista”;  
 “Es que a mí me gusta ayudar a los amigos y a los pobres”;  
 “El que tiene clientela es porque hace bien su trabajo”;  
 “Usted no sabe la satisfacción que me da, cuando un anciano me dice: gracias a usted me jubilé”;  
 ¿Quién dice que las personas que llegan a un puesto por recomendación no son las mejores, las más capaces y honestas?;  
 “Me parece que ese modelo da más seguridad que la tal carrera administrativa, que nos ha llenado de corruptos y zánganos”;  
 “No es que yo sea autoritario. Es que me irrita que la gente no quiera entender las cosas”;  
 “No es que los que se fueron de mi grupo político no puedan regresar. Es que les da pena regresar”;  
 “La elección popular de alcaldes es pésimo invento. Me perjudicó a mí y al Partido Liberal”;  
 “Yo creo que un partido que pierda el poder debe quedarse sin nada para que pueda hacer oposición limpiamente”.  
 “Detesto el tarjetón. No es un buen invento para un país como este con tantos analfabetos”;  
 “No niego que la papeleta favorecía las maquinarias. No quiero juzgar si eso era bueno o malo. Solo invito a que miren la anarquía en que estamos ahora”;  
 “No me gusta la consulta popular, pues conduce a la anarquía y amarra a los candidatos a un respaldo obligado”  
 (El Tiempo, Marzo 15 de 1998)

Aquí resulta pertinente el análisis de Francisco Gutiérrez, cuando afirma que el clientelismo “irrumpe como actor semi autónomo (ya no totalmente domesticado por clubes, gente de bien, personajes con investidura) con una voz que es equívoca en varios sentidos. En principio es intensamente antisubversivo, defensor de las instituciones, que al fin y al cabo ha construido con sus propias manos; a la vez, se confiesa anti profesional y anti elitista (...) Aunque sigue implorando y agradeciendo, ha aprendido a gruñir, a vociferar, a reclamar: como lo ha anotado Agnes Heller (1990), “la cólera y la súplica, no son mutuamente excluyentes”. Contra lo que se pudiera esperar, tiene una presencia más o menos sistemática en diversas formas de acción colectiva, aunque muchas veces a regañadientes. Pero es precisamente esta presencia lo que permite explicar cómo y por qué el clientelismo se convierte en un tremendo desorganizador de la vida pública” (Gutiérrez Sanín, 1998: 113).

Es decir, en el periodo “Guerrista” el clientelismo irrumpe estrategia partidista por excelencia, puesta en manos de aquellos políticos que caminaban en la dirección del éxito electoral, el cual les va a permitir configurar estables redes políticas a lo largo del departamento y del país. Esta aproximación a las estrategias de intercambio clientelar, contaría con una importante dosis de “innovación social”, siguiendo la idea de Gutiérrez Sanín, y a través de la cual, esta jefatura consolidaría su poderío a lo largo de la región y del tiempo.



El político antioqueño Bernardo Guerra Serna. Tomado de Revista BOCAS.  
Fotografía: Hugo Villegas.<sup>43</sup>

Sobre la idea de red y en referencia a la relación social que estas visibilizan y/o configuran, se retoman algunos de los trabajos clásicos mencionados en el primer capítulo, los cuales señalan que dichas relaciones se caracterizan por ser: 1. Personalizadas, “porque los

---

<sup>43</sup> Fotografía tomada en la sede del partido Liberal. Medellín. (2017/04/20)

sujetos de esta relación social, los patronos y los clientes, no están interesados en la igualdad y las reglas universales sino en personas. Esto es, no promueven reglas aplicables a los ciudadanos como tales sino situaciones de favoritismo mediante el desvío de recursos públicos” (Roniger, 1994). 2. Tales redes, implican intercambio ya que “consisten en un arreglo para la distribución de bienes y servicios a cambio de lealtades políticas, apoyo y votos. Como dice Scott (1986), el intercambio se sitúa en algún lugar del continuo que va desde los lazos personales que unen a los iguales hasta los vínculos puramente coercitivos y de subsistencia, a cambio de lo cual los patronos esperan lealtades políticas, votos o deferencia. Además de los bienes que se intercambian, debe contemplarse para dar cuenta del vínculo clientelar también el conjunto de creencias, estilos, habilidades y hábitos que acompañan los intercambios” (Citado por Auyero, 1996). 3. Son informales pues “más allá de posibles matices, una relación clientelar implica la ausencia de un tercero que funcione como autoridad investida formalmente con el poder de hacer cumplir el contrato, sustentado, como dijimos, en redes de relaciones cara a cara”(Auyero, 1996)

Otro elemento que resulta relevante para la reflexión sobre el peso de la jefatura de Bernardo Guerra Serna y la red clientelar que este teje, son las figuras utilizadas para la construcción de percepciones sobre su liderazgo. De esta forma, y siguiendo a Gutiérrez Sanín, este tipo de liderazgos políticos recurrirían a juegos de distancia y cercanía con la población; en el caso de Bernardo Guerra Serna, para reconocerse como líder “natural” del liberalismo e instalarse a lo largo del territorio.

Siguiendo al autor, una de las preguntas analíticas sobre la naturaleza de las redes clientelares, alude a “los juegos espaciales” involucrados en ellas. Así, hay por lo menos tres dimensiones en las que se mueven las redes clientelares: un espacio interpersonal (distancia social), un espacio físico (territorio) y un espacio cívico (relación con lo público). En cuanto al primero “(...) los caciques clientelistas manejan con bistorí el doble

movimiento de “acercarse” y “alejarse”, de “ser de abajo” y de “ser de arriba”, de ser para los clientes a la vez un “Él” y un “nosotros”, y que a eso le deben mucho de sus éxitos y legitimidad. Hay tanto una ostentación de la riqueza y de la investidura, como una ostentación del “origen humilde”; sumadas, constituyen una promesa simbólica de movilidad social. El segundo, el espacio físico, constituye el ancla y la tarjeta de presentación de las redes clientelares. El territorio define también un nosotros delimitado, físicamente marcado, ajeno a las polisemias típicas de la gran ciudad. El clientelismo, en suma, está hecho también de espacio físico, de paisaje y barro, que constituyen su materia prima imprescindible, tanto como la explotación a terceros y la opacidad moral”. (Gutiérrez, 1998: 62-63).

En esta dirección, y a partir de información de entrevistas, se identifica su autopercepción como jefe político tradicional, la cual va más allá del interés por los calificativos dados a su “forma de hacer las cosas”, asumiendo que la importancia de ser nombrado es el reconocimiento de su liderazgo, capitalizando apelativos en su contra como parte de su campaña política y reubicándolos a su favor como alusión a su “origen humilde”<sup>44</sup>. Como referencia de este argumento se parte del testimonio del líder

(...) mire usted, uno de los primeros calificativos que me pusieron en la época fue el de el Cacique, especialmente el periódico El Colombiano, en un acto al que yo creo que debo de agradecerle buena parte de mi carrera política, porque el me denominó el “Cacique Rojo”, entonces a la gente le llamó la atención el tal Cacique Rojo, pero inicialmente esa denominación venía porque yo soy hijo de Peque, nací en Peque, me siento honrado con haber nacido en uno de los pueblos más olvidados de Antioquia y tengo en mi descendientes, tengo gente indígena como la tiene la mayoría del pueblo Colombiano (...) lógicamente lo hacían como una forma peyorativa, como una forma de desprecio muchas veces, pero digo que me sirvió porque me señalaron, me ubicaron en un sitio que a la gente le gustó (...) Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Como refuerzo de la imagen que BGS se había ido formando en la opinión pública y también el peso y reconocimiento que el establecimiento le daba a su que hacer político véase: <http://www.semana.com/perfil/articulo/el-indio-guerra/234-3> (1982/06/14)

<sup>45</sup> Celebración del tradicional Viernes liberal en el Directorio Liberal de Antioquia, orientado por Bernardo Guerra Serna, con la presencia de Horacio Serpa Uribe, quien disertó en esta ocasión sobre el proceso de



El político antioqueño Bernardo Guerra Serna. Tomado de Revista BOCAS.  
Fotografía: Hugo Villegas. Abril 20 de 2017<sup>46</sup>

Se puede afirmar así, que Bernardo Guerra Serna en el trabajo de constitución de su red política, apela a nociones de un nosotros compartido, visibilizado en la pertenencia a la “región” antioqueña, así como a su procedencia pueblerina de, en sus palabras: “uno de los municipios más olvidados del departamento”. También cobra importancia la defensa de su pertenencia al liberalismo, como un sello identitario que para el periodo histórico (donde las adhesiones al partidismo tradicional aún constituían importantes conglomerados electorales) ofrecían un amplio margen de adhesión. De este modo, las características mencionadas, sustentan la asociación del trabajo político de Bernardo Guerra Serna en la imagen de una red clientelar, en la cual se identifican la informalidad de las relaciones, la práctica de intercambios entre los participantes, -generalmente desiguales-, entre o a través de vínculos de cercanía, parentesco y/o pertenencia. Cómo se

---

paz en Colombia, y la situación actual y perspectivas del Partido Liberal Colombiano. Este evento cuenta también con la presencia del Eugenio Prieto Soto, Copresidente de la Dirección Liberal Departamental de Antioquia, y varios dirigentes del liberalismo de la región. [https://www.facebook.com/pg/DirectorioLiberalAntioquia/notes/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/DirectorioLiberalAntioquia/notes/?ref=page_internal) (19/09/2012)  
Fotografía tomada de Directorio Liberal de Antioquia. Septiembre 19 de 2012. <https://www.facebook.com/DirectorioLiberalAntioquia/photos/a.422049951164163.85080.200377483331412/423563874346104/?type=1&theater>

<sup>46</sup> Fotografía tomada en la sede del partido Liberal. Medellín. (2017/04/20)

muestra en el siguiente fragmento de entrevista, Bernardo Guerra Serna se vincula en términos de parentesco, así como de cercanía simbólica y emocional con el liberalismo y con la figura del Jorge Eliecer Gaitán:

(...) mi papá era oficialista, el otro tío era oficialista y uno de los tíos que económicamente era medio solvente en ese tiempo era muy gaitanista, tanto que él se dio el lujo de financiar a Gaitán, financiándole el avión en ese tiempo. Vea de lo que estamos hablando, en el año 44 y 45 el avión a Gaitán, esa era una zona muy oficialista (...)

Si bien mi papá no fue dirigente político, un tío mío sí fue dirigente político. El ambiente que se vivía cuando yo llegué al uso de la razón era un ambiente marcadamente político. Entonces digamos, hay motivos de carácter familiar, en mi familia todos eran liberales; motivos de carácter agitational, en ese momento el Partido Liberal era el que movía ideas y el que agitaba políticamente el país, yo creo que las primeras transmisiones radiales eran, al menos que me tocó oír a mí, pero creo por que la radio todavía en ese momento no tenía gran desarrollo, era lo de Gaitán también. El discurso de Gaitán influía mucho en nosotros por que era un discurso muy centrado en los problemas del país, en la pobreza, toda esa serie de situaciones, entonces eso lo va matriculando a uno en el Partido Liberal. (...) Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP

Finalmente, se quiere reiterar que la presencia política de Bernardo Guerra Serna, el desempeño del DLA en el departamento, y su presencia en la totalidad del partido liberal sostienen su “instalación” en el territorio físico y simbólico del departamento, brindando su reconocimiento como jefe máximo del partido.



Acto de condecoración Orden Nacional al Mérito en el grado de Gran Oficial, entregada por el Presidente de la República, Álvaro Uribe Vélez. Medellín. Julio 16 de 2010<sup>47</sup>

<sup>47</sup> En Julio de 2010, Bernardo Guerra Serna es condecorado con la Orden Nacional al Mérito en el grado de Gran Oficial, por su liderazgo y sus servicios al país. La distinción la entregó el Presidente de la República,

### CAPÍTULO 3 LA CAPACIDAD DE CONSECUCCIÓN DE VOTOS

(...) yo veía un mapa y eso era: recorra veredas (...) Eso es una cosa bastante dispendiosa, ardua, difícil, dura, en ese tiempo que no habían vías, no habían carreteras, agotadora y riesgosa, pero como te digo, yo doy muy buena cuenta de todo eso, de todas esas cosas. Pero ese era el medio, tener contacto directo con la gente (...) Yo armé directorios en cada municipio de Antioquia y aún en las zonas conservadoras (...) y ahora en cambio debe estarse invirtiendo mucho es en los medios de comunicación, pero hay que organizar, si usted no tiene dos, tres cuatro, cinco tipos de esos en el televisor... de los que tienen que estar al frente del debate. Eso es fundamental (...) Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP

Como se planteó en el apartado anterior, el acceso ininterrumpido de Bernardo Guerra Serna a diferentes cargos de representación del departamento y la nación, así como su trabajo político de base, en la ciudad y en diferentes municipios, permite la consolidación de una trayectoria que le otorga amplio reconocimiento como líder político liberal. Estos elementos representan lo que aquí se nombra como su capacidad electoral o de consecución de votos.

Esta capacidad se sustenta, por una parte, en una estrategia de construcción del voto exitosa (intermediación clientelar) que lo caracteriza ante sus competidores y que le otorga superioridad. No se quiere decir con ello que Bernardo Guerra Serna fue “el único” que usó redes y la sociotécnica que se deriva de allí, o incluso el único que sacaba

---

Álvaro Uribe Vélez, durante un acto celebrado en Medellín. Archivo Presidencia 2002-2010. Julio 16 de 2010 <http://historico.presidencia.gov.co/fotos/2010/julio/16/foto16.html>

A finales de este mismo año, Bernardo Guerra Serna, recibe la condecoración Orden al Mérito Don Juan del Corral, Grado Oro, por sus sesenta años de militancia Liberal. Este reconocimiento fue otorgado por el Concejo de Medellín en el marco del cumplimiento de los 80 años del líder político. Se recoge parte del discurso de entrega que fue precedido por Rafael Pardo, jefe nacional del Partido Liberal: *“El Partido Liberal Colombiano se asocia a este importante acto que considera de especial trascendencia. Reconocer en vida a los hombres que le han servido al país y a su patria chica, ennoblece al Concejo y es un acto gratificante. En este caso, no solo para quien recibe los honores, el doctor Guerra Serna, sino también para los sectores de la sociedad que han visto, en el transcurrir de los años, la acción de un hombre decidido, comprometido con el progreso social e incansable luchador político”*. Partido Liberal Colombiano/Lunes, 06 de diciembre de 2010

rendimientos electorales de su intermediación clientelar. Lo interesante no es que hacía algo *exclusivo* sino que lo hacía de manera muy eficaz para los propósitos de mantener a lo largo del tiempo una fuerza electoral por encima de sus contendores (algunos de estos hubiesen sido sus aprendices en el pasado). Por la otra, Bernardo Guerra Serna logra posicionar su forma de hacer política electoral como la forma “ganadora” de hacer política partidista en la región. La combinación de ambos asuntos (una sociotécnica particular y exitosa y su capacidad de mostrarla como la mejor forma de acceder al poder político en la época)<sup>48</sup>, van a constituir la punta de lanza de su carrera y su facción políticas.

La idea de sociotécnica hace referencia a una metodología particular aplicada en el ámbito social donde el líder despliega su trabajo. Según Gutiérrez Sanín, “(...) los partidos políticos luchan por la supervivencia, manteniendo sus nichos electorales y tratando de invadir los de los adversarios, a la vez que intentan solucionar sus continuos problemas de acción colectiva. Al hacerlo, deben tener en cuenta tanto el marco institucional general (el sufragio universal) como la eficacia de sus procedimientos en relación con las de sus competidores. Tienen información imperfecta, información acotada, y más que como sus optimizadores proceden como *bricóleros* que operan con reglas idiosincráticas. La lucha electoral y política a veces es sacudida por choques exógenos o innovaciones. Cómo los choques requieren esfuerzos adaptativos, en últimas, todos puede verse a través de las innovaciones. Tal como concluye el autor: “La historia de los partidos es la historia de su “forma de hacer la cosas”, en co-evolución con el marco institucional general y con otras fuerzas. En particular es la historia del cambiante vínculo entre empresarios y nichos políticos, y de la manera en que interactúan con el marco institucional. (Gutiérrez, 2007: 61)

---

<sup>48</sup> Esta capacidad de “mostrar” se asocia también a la presencia de imitadores (antes aprendices participantes de su facción) que fueron erosionando progresivamente las bases que alimentaban la red de Bernardo Guerra Serna con la creación o participación posterior en nuevas facciones.

Ahora bien, aunque el clientelismo político no es para este periodo una forma de trabajo nueva, ni en el país, ni en la política en general, es importante resaltar que la forma de entenderlo, presentarlo ante la opinión pública y desarrollarlo en Bernardo Guerra Serna, traducen una combinación con una importante dosis de innovación política que le ofrece al líder y a su facción amplios réditos electorales. La innovación se entiende aquí como un “producto nuevo”, y también como una “nueva forma de hacer las cosas” (Shumpeter, 1993: 84. Citado por Gutiérrez, 2007), como prácticas cotidianas y formas de relacionamiento con la comunidad, metodologías de campañas partidista, o bien discursos, símbolos o imágenes nuevas que transformen de alguna forma una forma de aproximación al público de interés, para el caso, los posibles votantes (Véase: Gutiérrez, 2007: 60-61)

Bajo esta idea de innovación se sitúa el trabajo político de Bernardo Guerra Serna, quien aplica una metodología (socio técnica) de constitución de redes políticas sustentadas en el intercambio clientelar, basado en su fuerte trabajo de contacto y socialización, con una fuerte convicción sobre los principios que aluden a una noción de clientelismo: la ayuda, el servicio, las lealtades, el agradecimiento, la necesidad, y de manera central, el usufructo de la vulnerabilidad económica. El líder, establece una relación de oposición a los poderes instalados en la época, con el propósito de reproducirlos desde su propia jefatura; todo ello, bajo una bandera partidista que sabe capitalizar como elemento identitario, al igual que su procedencia. El líder político sabe leer “el espíritu de la época” donde se privilegia el contacto cara a cara, y donde aún las filaciones partidistas movilizan grandes caudales electorales. Su trabajo de campo y su cercanía con la población va a poner un sello en su estrategia política, con un corte carismático y popular, donde la norma es “ganar”. Todo ello traducido en un amplio poder político, que, como se ha dicho en varias ocasiones, se mantiene durante varias décadas.

Esta forma de hacer las cosas, no es exclusiva de Bernardo Guerra Serna, otros barones electorales se destacan en el país como referentes de este fenómeno; son casos como el de Saúl Charris de la Hoz en la Costa Atlántica, de Rafael Forero Fetecua y Telésforo Pedraza en Bogotá, James Brito Peláez y Ancizar López en el Quindío, entre otros liderazgos regionales que han sido analizados en diversos trabajos de corte monográfico. Vale insistir en que no son suficientes los esfuerzos para retratar estas realidades regionales que conforman la historia de la política nacional e incluso, algunos matices de la política partidista latinoamericana<sup>49</sup>.

### 3.1 La práctica del clientelismo

Como se plantea en el primer capítulo del trabajo, una de las formas más recurrentes de entender al clientelismo alude a la idea de necesidad y ayuda, sustentada en la existencia de la vulnerabilidad económica de grandes mayorías. Tales nociones parecen coincidir con las ideas de los líderes entrevistados y su forma de definir su trabajo clientelar. Así, en el material consultado de diversas entrevistas a Bernardo Guerra Serna y otros políticos de la época, el título clientelar no reviste clandestinidad, se asume como una forma de hacer las cosas sustentada en el principio de la colaboración, la ayuda a los necesitados, y el intercambio justo por la misma, lo que sitúa sobre la mesa un debate por categorías “morales” del clientelismo.

Este acto de ayudar a los necesitados, desde el punto de vista del dirigente, implica, según Auyero, “la legitimación de un estado de cosas de facto, un equilibrio de poder desigual “(...) *que permite* describir esas “soluciones”, siguiendo a Bourdieu, como máquinas ideológicas” (Auyero, 2002: 48). Tal intercambio material y simbólico de la resolución de problemas involucra también mensajes que sustentan tales andamiajes, incorporando una

---

<sup>49</sup> Véase algunos trabajos como Gutiérrez, Sanín, (1998), Rubio, Serrano (2003) Medófilo Medina, (1997), Arenas y Echeverry, (2007)

lógica de control sobre quien recibe las ayudas. Como describe el autor, este acto de dar, así como “las acciones sacrificadas y preocupadas de los mediadores, transforman —o intentan transformar— una relación social contingente —la ayuda a alguien que necesita— en una relación reconocida, acreditada como duradera. Reconocimiento que resulta básico en la resolución de problemas mediante la intermediación política. Dentro de un ambiente ideológico de cooperación, compañerismo, y solidaridad, se construyen lazos que congelan un determinado equilibrio de fuerzas: cuanto más íntima es la relación, más se comparte la ideología de “cuidado por los pobres”, de “ayuda social”, propuesta por los referentes, y más completa es la negación de la asimetría que une al dirigente con el “cliente”. Dar, ahora desde el punto de vista del dirigente, termina siendo una manera de poseer” (Auyero, 2002: 48-49).

(...) el directorio funciona en buena parte sobre la base de mucha gente llegada porque en otras épocas se les colaboró, se les ayudó, y la mayoría de esa gente es hoy en día doctores, de diferentes profesiones, y así es todo ese fenómeno, es un fenómeno que muchas veces cuestionaba mucho el clientelismo, pero ese clientelismo hay que observar un fenómeno, es decir cuando el clientelismo se hace desprevenidamente y con el deseo de servir a la gente más necesitada, pues usted observa que una persona con un sueldo que es de esa época, de una familia que educaba los hijos, con un propósito permanente de educarlos, hacía el esfuerzo, y usted encuentra que una persona que tenía un sueldo, están ahora con tres o cuatro profesionales en la casa (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

Estas prácticas se combinan otras formas de acercamiento que reiteran la complejidad del fenómeno. Es decir, estas aproximaciones “hospitalarias”, representan, redes sociales “reales”, de “carne y hueso”, donde han de manifestarse expresiones de gratitud, lealtad, interés individual y colectivo, identidad y podría decirse que una lógica general de “comunidad”.

En este orden de ideas y siguiendo a Schelder, los beneficios reales que los ciudadanos obtienen de las entidades estatales, los funcionarios públicos y los partidos políticos los

formulan en término de la ayuda recibida. La ayuda es la clave del buen desempeño en materia de política. “Por otro lado, el mal desempeño, el hecho de que las entidades estatales y los actores políticos no entreguen bienes y servicios públicos básicos, se percibe como negación de ayuda. (...) En la medida en que la ayuda es una obligación moral, negarla constituye una falla moral. Las normas sociales, empero, no crean derechos legales. La persona necesitada puede albergar la esperanza legítima de recibir ayuda; pero no tiene ningún derecho a ser ayudada. Que aquellos que pueden ayudarla realmente lo hagan depende de su benevolencia. Para obtener su buena voluntad, la persona necesitada debe evitar ponerlos bajo presión. Si alguien desea recibir ayuda, no debe protestar, no debe exigir, no debe gritar. *Los necesitados tienen que comportarse bien si desean recibir su recompensa*” (Schelder, 2004: 65-66)

(...) A mí si me querían mucho en los barrios, como no me iban a querer, yo coloqué a **cuarenta mil personas**, eso es mucha gente, ¿colocar uno cuarenta mil personas? Pero qué hacía yo, si yo iba a los barrios a que me llenaran los bolsillos de recomendaciones. Entonces tenía que llegar a la alcaldía y empezar a hacer un consejo de gobierno y vea aquí hay tema, aquí ustedes se me encargan de mirar todas estas cartas que recibí y ustedes me responden las cartas, y usted señora secretaria hágame la lista de todas estas personas que ve. Colocaba de cien recomendaciones, colocaba al que votara por mí, no podía colocar a todo el mundo. (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

(...) Y otro trabajo crítico, yo tenía que estar poniendo mucho cuidado, que a una misma familia no le colocaran más de una o dos personas, porque entonces se volvía un monopolio. Era un trabajo dispendioso y complicado ese tema. ¿Entonces qué pasaba con los familiares? A uno le llegaba muchas veces una familia y uno le colocaba cuatro o cinco, pero faltaba el sexto, y porque el sexto no lo colocaba muchas veces se iban, porque a los otros si los había colocado. Es un problema de necesidad, de supervivencia de la gente, ¿entonces es clientelismo? Si es clientelismo, porque yo me sentaba y le dedicaba tiempo a ese fenómeno, entonces había una gran correspondencia. ¿Pero usted cree que la gente vive de frases? ¿Vive de teorías? Eso hay que mostrar cosas (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

Entender esta complementariedad del fenómeno nos acerca a la varias veces citada definición de Lucy Mair sobre clientelismo como “un sistema de lealtades asimétricas”, el cual es sistema en tanto es recurrente en el tiempo, visibilizando relaciones más o menos

estables; desigual, en tanto los participantes no tienen las mismas condiciones, recursos, necesidades o plazos de cumplimiento y respuesta; lealtades, en tanto se reconoce que apela a un sentimiento compartido de gratitud, devolución de los favores, unidad, inclusión en un nosotros claramente definido: los que trabajan en la red.

De este modo, y siguiendo a Gutiérrez, “este sistema no debe consistir en encuentros aislados, ni en la transferencia ocasional de recursos y/o información de una parte a otra, ni siquiera en intercambios permanentes débiles, íntimos o de poca relevancia. Se trata de interacciones que se producen en un espacio que no es privado (...), que involucra a, y tiene efectos sobre, más de dos individuos (Gutiérrez, 2007) Señala además que la definición de Mair indica que el clientelismo produce lealtades, que sumadas a la entrega recurrente de recursos se asocia a una lógica subjetiva de interdependencia. El efecto de esta interacción se asocia a una racionalidad en la que se incorpora la posibilidad del castigo, traducido en la no recepción de la ayuda o la realización del intercambio por causa del no cumplimiento de los pactos establecidos<sup>50</sup>

Ahora bien, los calificativos sobre este tipo de intermediación son recurrentes especialmente en los medios de comunicación, donde se ha censurado abiertamente como forma pre-moderna de relación política<sup>51</sup>. Este título clientelar, se convertiría en el caballito de batalla que utilizarían tanto seguidores como detractores, para sumar gente (y

---

<sup>50</sup> Francisco Gutiérrez analiza dos casos de clientelismo en Bogotá a partir de las redes que tejen. Aquí retoma la definición de Lucy Mair sobre el clientelismo como un "sistema de lealtades asimétricas". Véase: Gutiérrez, Sanín. 2007. (También citado en: Rubio, Serrano. Rocío, 2003: 42)

<sup>51</sup> Nótese el acento puesto por dos medios de comunicación locales de la época donde se hace referencia al estilo de liderazgo de Bernardo Guerra Serna: “(...) Pocos personajes en Colombia han conseguido caracterizar tan claramente, y por tantos años, un arquetipo de feudalismo político, clientelismo y corrupción tan fuerte como el de Bernardo Guerra Serna. Pero, diferente de la mayoría de políticos, Guerra no esconde su estilo ni maquilla sus metodologías. Al contrario, tiene un discurso interno, una filosofía propia, que justifica y legitima todas sus acciones, al menos para él”. (El Tiempo, Marzo 15 de 1998). Llama la atención la asociación con la noción de “feudalismo”, como una forma tradicional de los medios de comunicación de calificar el fenómeno, adjudicando la responsabilidad de las desigualdades a los líderes políticos y no al Estado.

votos) a sus redes, o bien, para crear una imagen de distancia de esta forma “sub óptima de hacer política”<sup>52</sup>.

Mis compañeros de trabajo político (...) eran clientelistas como los que más, algunos tenían discurso ideológico. Algunos eran clientelistas pero le metían discurso ideológico, (...) peleaban por cualquier posición, pero le metían el discurso ideológico. Entonces, (...) ante la opinión mostraban que eran distintos, pero en el fondo eran iguales. Simplemente como eran más preparados que Guerra, podían hacer un discurso mejor (...) lo que pasa es que Guerra se quedó con la bandera del clientelismo y éstos aparecían como si fueran unos políticos renovadores (...) (Entrevista. Estrada. Agosto de 2004. IEP)

(...) yo era el que daba las tarjetas aquí en el directorio. Entonces algunos llaman eso clientela, lógico que es clientela porque yo he salido a defenderla, entonces ¿a usted por qué le gusta colocar amigos? Porque usted no tiene confianza en sus enemigos (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

Es decir, el clientelismo se convierte en parte del repertorio moral que determina las “buenas y “malas” prácticas entre políticos y por supuesto, denota aquellos líderes que están del lado de la buena moral y la política presentable, ante los medios de comunicación, y ante los veedores del buen comportamiento, generalmente, líderes de facciones y partidos competidores. En este punto, y como se ha insinuado a lo largo del trabajo, los elementos culturales cobran gran relevancia, pues el clientelismo como discurso, también es una construcción social que se juzga o se valora según los principios vigentes.

### **3.2 La noción de enraizamiento**

Como parte del análisis de la práctica y discurso del clientelismo, se acude aquí a la noción de “enraizamiento”, planteada por Javier Duque Daza (2005), a través de la cual es posible resaltar aquellos elementos de la institucionalización organizativa que se asocian con una

---

<sup>52</sup> Véase: Los outsider. Gutiérrez, Sanín. (2007)

relación cercana con la comunidad y su “instalación” en un territorio, tanto en sus componentes físicos, como simbólicos.

Desde la propuesta analítica de Duque Daza, se observan los niveles de institucionalización, como una opción para el análisis de las estructuras organizativas de los partidos. Así, “el partido, se entiende aquí como una “organización” la cual, aunque concentra sus estructuras organizativas a nivel local y regional, debe ocuparse ciertos procesos de institucionalización, donde se controlen unos niveles básicos (...) que le permitan regular tanto sus juegos internos como su desempeño dentro del sistema político” (Véase Arenas y Echeverry, 2007: 15) Uno de tales niveles de institucionalización, es explicado por Duque Daza como “enraizamiento”, el cual alude a la capacidad de la organización para insertarse en las estructuras sociales de la comunidad en la que se asienta, una forma de “echar raíces”, que le otorgue reconocimiento y una estable capacidad electoral.

Podemos afirmar así, que el éxito electoral de Bernardo Guerra Serna y del DLA evidencian la superioridad de su jefe como figura pública elegida periódicamente en cargos de representación y respaldan el planteamiento en el cual su forma de hacer su trabajo político era exitosa. Vale aclarar que el acceso a los recursos del Estado de Bernardo Guerra Serna y del DLA no se restringen a sus cargos personales; también son determinantes la repartición del aparato burocrático, el control de las instituciones más influyentes de la ciudad y el departamento, la discrecionalidad en la toma de decisiones, y la capacidad institucional, social y económica de ampliar sus redes de reconocimiento, financiando y construyendo filiaciones políticas, (apoyo, participación, identidad, inclusión)<sup>53</sup> a través de una lógica de enraizamiento político en diversos territorios de la región y la ciudad.

---

<sup>53</sup> Se retoman descripciones de copartidario de Bernardo Guerra Serna de la época, sobre el día a día de su trabajo político. Aquí, se describe una estrategia de sectorización del trabajo de cada candidato para concejo, donde se reparte proporcionalmente el territorio del municipio (Para este caso el municipio de

Desde la perspectiva de Duque Daza (2005), los estudios sobre este tipo de organizaciones pueden orientarse desde dos perspectivas: una transversal y una longitudinal. Puntualmente, “la primera pretende saber cómo están estructurados, de qué manera funcionan y qué relaciones de poder configuran. Mientras que la segunda supone abordar los cambios a los que se enfrentan las organizaciones con el paso del tiempo. Puede observarse cómo los partidos tienden a desarrollar características organizativas más o menos consolidadas, más o menos institucionalizadas, en cuya concreción inciden varios factores, algunos de ellos expresión de sus propias inercias históricas y otros de carácter externo, especialmente aquellos referidos al marco institucional, es decir, a las reglas de juego que rigen la acción política y a la competencia política”. (Citado por Arenas y Echeverry, 2007: 18)

Complementando esta perspectiva, Duque Daza incorpora el esquema sugerido por Randall y Swasan en el que se combinan problemas estructurales y actitudinales de acuerdo a si su ocurrencia es interna o externa a la organización. De dicha combinación surgen cuatro dimensiones analíticas: Sistemática, Autonomía decisional, Infusión de valores y por último, el enraizamiento en el cual se centra la atención en esta indagación. “El enraizamiento se produce como un cruce de factores actitudinales cuya ocurrencia es externa a la organización. Remite a las relaciones entre el partido y la sociedad. Permite captar como la organización hace parte de la percepción pública, que lo identifica, lo diferencia de otras organizaciones y se moviliza en su apoyo”. En otras palabras, el enraizamiento se refiere a cómo las organizaciones políticas generan vínculos estables con la población, expresados en la identificación con la etiqueta partidista y en el apoyo en sus

---

Bello). Así, en cada sector o barrio se concentra el trabajo del candidato que consiste en diferentes tipos de socialización con la comunidad, de manera permanente: “Hablar con la gente, cacear, recibir hojas de vida, darle y llevarle auxilios a las juntas de acción comunal, que en ese momento se podía y también “colocar” (...) Entonces, era un trabajo de todos los días, de 24 horas al día, no era simplemente un trabajo electoral y el día del padre, el día de la madre, la novena de aguinaldo, la despedida del año, en todo estábamos (...)” (Entrevista. Estrada. Agosto de 2004. IEP)

actividades en los distintos escenarios de acción (gubernativo, legislativo, electoral) y en sus actividades como organización". (Duque Daza. 2005: 115)<sup>54</sup> Como puede verse, la institucionalización asociada al "enraizamiento" apunta a concebir el "proceso por el cual un partido adquiere, en mayor o menor grado, consolidación en su organización y en sus vínculos con la población.

Es importante advertir que el enraizamiento como propuesta analítica de una organización partidista es pertinente para analizar la facción liberal que representa para la época el DLA, con el papel destacado de su jefatura, Bernardo Guerra Serna.

Esta facción contiene una estructura organizativa lo suficientemente sólida e incluso independiente (en cierta medida) del Partido Liberal, y brinda elementos necesarios para ser tomada como una unidad de análisis. Así, a modo de microestructura, la facción retrata prácticas generales del partidismo de la época. Asimismo, el líder o jefe (como se ha llamado en este trabajo) involucra un elemento central en el análisis, pues, como se ha dicho, imprime un sello particular de trabajo el cual implica que hablar del DLA, sea hacer referencia a Bernardo Guerra Serna.

Sobre esta lógica se realizan reflexiones sobre cuatro aspectos que revelan una estrategia de enraizamiento y se articulan con el nivel de análisis del partido, la facción y la jefatura. Estos son: 1. El directorio, 2, su relación con los cargos, los votos y las políticas, 3 La Atribución de obras de infraestructura pública, y, 4, el acceso a la nómina y los auxilios públicos.

### **3.3 La Casa de Mármol**

---

<sup>54</sup> Javier Duque Daza (2005) Citando a: Philip Selznick; Samuel Huntington; Angelo Panebianco; Nelson Polsby.

(...) La Casa de Mármol es la sede del Directorio Liberal de Antioquia. Usted puede tomar un taxi y pedir que lo lleven allá sin dar más señas pues todo el mundo sabe donde es, lo cual revela que, o Medellín sigue teniendo muchas cosas de pueblo todavía, o se trata de una institución demasiado conocida. Obviamente la opción verdadera es la segunda (...) (El Tiempo, Marzo 15 de 1998)



La casa de mármol. Sede Directorio Liberal de Antioquia. Medellín, Antioquia.<sup>55</sup>

La “casa de Mármol”, tal como se conoce la casa del Directorio Liberal de Antioquia, ubicada en el centro de la ciudad de Medellín, en el sector hoy conocido como San Benito, ha sido un lugar de encuentro en Medellín para los seguidores de esta facción y de Bernardo Guerra Serna, durante aproximadamente 40 años. Esta, hecha de cemento y

---

<sup>55</sup> Tomado de Google Maps (13/08/2017): <https://www.google.es/maps/place/Cl.+56+%2354-58,+Medell%C3%ADn,+Antioquia,+Colombia/@6.2560291,-75.5704298,21z/data=!4m5!3m4!1s0x8e4428fc5a0e2f77:0x2f024e6f618af62e!8m2!3d6.2558751!4d-75.5703482>

“mármol”, es ante todo un referente simbólico de una parte de la historia del liberalismo en la ciudad. En primer lugar, es el símbolo de una institución que es el mismo jefe político liberal, ahora encauzada desde la figura de su hijo Bernardo Alejandro Guerra Hoyos<sup>56</sup>. En segundo lugar, representa un lugar identitario del Partido Liberal (especialmente del DLA) en el departamento, el cual se refuerza con una idea de “estabilidad” y “vigencia”.

(...) La casa tiene la figura, diría yo simbólica, de que se estructuró físicamente algo que es con unos aportes que eran válidos, es la única que existe, aquí el Partido Conservador tenía uno allí, y terminó siendo un motel, el motel Eros, que queda aquí abajo a una cuadra y media. Vacía o llena, esta casa, mientras mi padre esté vivo, es un símbolo, y mientras lo podamos mantener como casa del partido. Usted no puede llegar a decir, abrir un garaje como lo hizo Luis Guillermo Vélez, era adalid de Serpa en la campaña, ya se volteó para donde Uribe, abre una casa allí por el Teatro Pablo Tobón, un garaje y dice: esta es la casa del partido... entonces le van poniendo adjetivos, o sustantivos o nombres distintos, liberalismo social, la justicia social, liberalismo, comunitario, carácter liberal, es esto.... Aquí se hizo la casa anterior que era una casa de bahareque (...) (Entrevista. Guerra Hoyos. Octubre de 2004. IEP)

(...) mi padre se puso una tarea:” voy a construir un edificio en esta casa, como la casa del Partido Liberal, y en dos años y medio construyó esta casa. Y ahí está y se mantiene. **Es un símbolo**. En épocas de elecciones se utilizan los cinco pisos. Cuando no hay elecciones, mantenemos por lo menos los dos primeros abiertos para la atención a la gente. Pero esta casa no se cierra ni antes ni después... cerramos el 17 de Diciembre por período de vacaciones, volvemos y abrimos el 15 de enero. Y aquí la gente viene. Ya no se le solucionan los problemas como se le solucionaban tan fáciles antes, con una mera llamada telefónica. Pero por lo menos mi padre tiene algo muy interesante, escucha, y la gente lo conoce y aquí el confesionario lo ejerce mejor él que yo. (...) (Entrevista. Guerra Hoyos. Octubre de 2004. IEP)

(...) Yo con mis dificultades los sábados vengo aquí a evacuar las citas que me tienen a la semana, **para que la gente diga que uno está en un contacto con ella**. Pero la política da puestos también, le digo sinceramente que si la política fuera por medio de los empleos que generó mi padre, ya este directorio se mantendría lleno. O si la política se mantuviera de la misma manera dando puestos, creo que la entrevista con ustedes no pudiera haber sido de este tamaño, por que el teléfono no dejaba trabajar y la gente esperando afuera tratando de buscar empleo (...) (Entrevista. Guerra Hoyos. Octubre de 2004. IEP)

---

<sup>56</sup> Los cargos de representación que ha detentado el líder político son: Senador de la República entre 2000 – 2006; Diputado de Antioquia en los periodos 1994- 1997, 1998-2000 y 2000-2001; Concejal de la ciudad de Medellín en el periodo 2008-2011 y en el periodo actual 2016-2019.

Además de peso simbólico, permanente en el tiempo, la Casa de mármol, ha operado como directorio político del DLA. Tal figura de directorio implica varios asuntos que es importante señalar, en el marco de una pregunta por el enraizamiento político.

En primer lugar, el Directorio es un lugar desde el cual se realizan las principales acciones u operaciones del partido o la facción. Éste opera como una unidad de gestión de las actividades de la campaña y del partido, sobre todo para la ejecución de las actividades operativas que implica el proselitismo. (Véase: Arenas y Echeverry: 2007). En segundo lugar, el directorio, se constituye en un lugar de encuentro y debate, donde se permite el intercambio de las ideas y los proyectos, las diversas visiones de la política y en general, el espacio donde confluyen los discursos de los militantes del partido. En tercer lugar, el Directorio es también el escenario donde se concentra el peso de las campañas políticas, principal momento de visibilización y actividad del partido, aquí se delegan las tareas y compromisos, se reciben las demandas y solicitudes, se distribuyen recursos y se generan buena parte de los intercambios con los participantes de la red. Desde el punto de vista de la integración, el directorio es un referente de pertenencia, donde se delimita el “adentro” y el “afuera”, se delinea un “nosotros”. Es también por excelencia un lugar de visibilización de los participantes y por supuesto de aquellos que no pertenecen. Finalmente, esta “casa” se construye a inicios de los años 80s en una coyuntura de derrota electoral y en momentos en los que el proceso de fraccionamiento se estaba agudizando<sup>57</sup>, con el auge

---

<sup>57</sup> En Antioquia el incremento de la competencia entre las facciones liberales, desprendidas casi todas ellas del propio DLA alcanza entre 1978 y 1986 las fracturas más significativas. Estas fueron las principales divisiones: en el año de 1974, “Antioquia liberal en Marcha” (Diego Calle Restrepo) e “Izquierda Liberal” o Jaramillismo (William Jaramillo Gómez); en el año de 1977, “DL Popular de Medellín”(F. Estrada y J. Ortega); hacia 1979, “Movimiento Liberal por Medellín” (Jhon Gómez) y “Directorio liberal Federalista” (Sergio de la Torre); “Nuevo Liberalismo” en 1980, el cual pasa a denominarse “Antioqueños con Galán” en 1986; en el año de 1981 y años 90s, “Renovación Liberal” (Ortega) e “Integración Liberal”, respectivamente. En la década de los años 80s asimismo, el “Directorio liberal Popular” con Federico Estrada y “Convergencia Liberal” (César Pérez García). En 1984 el “Sector Democrático” en cabeza del expresidente Álvaro Uribe Vélez y Mario Uribe, los cuales luego se denominarían “Primero Colombia” (2002), “Colombia Democrática”, (2006) y “Centro Democrático” (2013). En el año de 1992, “Cambio 2000” (Omar Flórez Vélez) y

de los baronatos asociado entre otras cosas al acceso amplio a recursos del Estado<sup>58</sup>. La combinación de tales elementos, sustenta la idea de que “la Casa” es el símbolo de la fortaleza momentánea (y disputada) del DLA y del deterioro del Partido (vía fraccionamiento).

En la lógica de los cargos públicos como uno de los principales recursos de la red partidista, se recoge la reflexión de O’Donnell, citada por Franco, quien afirma, “que los directorios ocupaban un papel fundamental tanto en la celebración de pactos sobre la distribución burocrática como en los procesos de nominación; (...) tales corporaciones públicas tenían la potestad de asignar los cargos de la burocracia y gozaban de alicientes prebendarios, dentro de los que se contaba la posibilidad de orientar a discreción recursos públicos al fomento de las empresas útiles o benéficas dignas de estímulo o apoyo. Sin embargo, la cúspide de las redes clientelares era a su vez sólo un eslabón de intermediación, porque el aparato de Estado era el centro de ejercicio del poder político”. Es palabras del autor esta dinámica se describe como “el punto de confluencia de confederaciones de patrones”. (O’Donnell, Guillermo, 1998: 121-168. Citado en: Franco, 2006).

Como elemento particular se quiere anotar la reflexión de Arenas y Echeverry (2007), cuando afirman que los directorios políticos empiezan a adaptar y/o combinar sus estrategias de concentración de votantes realizadas en la sede o casa del partido, con las de la movilización “cara a cara” de sus candidatos y representantes. Este acceso directo a territorios indica un cambio en la manera de entender la relación del “directorio” con los militantes y electores. Así, las correrías y actividades de movilización de Bernardo Guerra Serna y de otros líderes de su facción a lo largo del departamento, hacen referencia a esta

---

“Participación liberal” (Darío Londoño y Armando Estrada). Fuente: Lucelly Villegas. Los partidos políticos en Medellín 1972-1992. Medellín. Corporación Región. (documento inédito)

<sup>58</sup> Por ejemplo, para la época no está penalizado el cobro por nómina a sus recomendados, entre otras prerrogativas.

adaptación de estrategias de “sociabilidad de la política partidista”<sup>59</sup>. Estos responden ante la necesidad de encuentros cercanos entre electores y militantes, bajo la lógica que indica que a los electores “hay que ir a buscarlos”.

El Directorio ya no funciona como un referente espacial al que se va a obtener soluciones y favores<sup>60</sup>, sino que es algo que se mueve, que busca a la gente y que va a hacerle propuestas directamente en sus casas. “Con esto el partido también va cambiando su fisonomía. Cierta conciencia acerca de la representación que la gente se hace del partido, lo obliga a adaptarse y a movilizarse en busca de los electores, iniciando el traslado de un directorio estático a uno móvil, flexible y por tanto más etéreo. El directorio empieza a existir en un espacio cotidiano pero efímero, (que son las visitas a las casas o a los barrios, para el caso municipios), y sobre todo en un espacio simbólico mantenido por las redes sociales”. (Arenas y Echeverry, 2007: 19).

### **3.4. El acceso a los recursos del Estado:**

#### **Atribución de obras Infraestructura y acceso a la Nómina y Auxilios Públicos**

Ahora bien, como se ha señalado anteriormente, los partidos se consolidan por su capacidad de “echar raíces”, de “enraizarse” en los lugares donde despliegan sus estrategias de relacionamiento con la comunidad. Como parte de este trabajo opera la capacidad de negociación del partido en los escenarios donde se determina el acceso a los recursos con los cuales construyen sus estrategias electorales.

---

<sup>59</sup> El término es de María Teresa Uribe.

<sup>60</sup> En este punto se precisa recordar la idea expresada por Bernardo Guerra Serna sobre la fundación de directorios en casi todos los municipios de Antioquia. Esta precisa el sentido que tiene el Directorio no solo como una casa central (La casa de Mármol) sino como la “instancia” que hace visible la facción en los municipios. Además esta permite articular la idea de “directorío” con aquello la “tecnología” (al modo como funcionaron los Comités, Secciones, Células en los partidos de masas de Duverger) para hacer presencia y encauzar el trabajo en cada lugar donde se quería gestionar el apoyo electoral.

Como menciona Bernardo Guerra Serna:

(...) para uno hacerse efectivamente una idea de lo que es un partido y del poder que tiene un partido, también tendría que identificar sistemáticamente los lugares desde donde ejerce el poder (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

El argumento anterior se asocia a una estrategia evidenciada en el trabajo de Bernardo Guerra Serna y en general en otros políticos tradicionales, los cuales atribuyen obras sociales, -predominantemente de infraestructura, como parte de su trabajo por el bien de la comunidad, sin vincularlo al presupuesto del Estado, ni a una noción de derechos ciudadanos<sup>61</sup>. Aquí están implícitos los conceptos que asocian al clientelismo como favores, a lo cuales los individuos deberían acceder gracias a su buen trabajo, dedicación, lealtad, entre otros. Cómo se recoge en el primer capítulo, es el clientelismo puesto en acción como una red de resolución de problemas cotidianos.

(...) esos recursos eran para llevar a las regiones, es decir, por ejemplo, como justificaba que nosotros dijéramos que llevábamos representaciones regionales, auténticas de la región, si no iban a tener beneficios, si no iban a llegar dineritos para la escuela, para arreglar la escuela, para arreglar los caminos, arreglar el puesto de salud y todas esas cosas, es decir, yo creo que si eso no llega, nuestros municipios son paupérrimos y la forma de regar el presupuesto en el país tiene que ser así, debe de ser así (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

---

<sup>61</sup> Según Bey, Chaniel muestra como durante la tercera República en Francia, el socialismo y las tendencias solidarias favorecieron la realización y el fortalecimiento del dispositivo asistencial revolucionario. Así, “la creación del seguro social refleja indudablemente una forma renovada de hacer política, de gobernar. Al pasar al siglo xx, después de un cambio decisivo con la creación del seguro social, del que el seguro social francés es heredero, la solidaridad en relación con los pobres es siempre condicional y lo es más en países en los que la protección social es más frágil. “Al pobre no sólo se le niega todo derecho, sino que se le impone un deber” (2011: 295): vivir de sus propios recursos, trabajar y ahorrar, “se refiere a la pura condicionalidad de una lógica generalizada del dando y dando, de una lógica en que no se tiene nada sin nada” (2011 295). Esta situación se presta cuanto más a una manipulación política. Las políticas sociales, particularmente las que llevan el nombre de “combate a la pobreza”, son efectivamente discrecionales, condicionales, mayormente limitadas en el tiempo. Chaniel analiza, en este texto, los fundamentos simbólicos y los dispositivos institucionales de la protección social en Francia. Muestra cómo cada una de las formas de solidaridad que aparecieron en la historia, desde el don cristiano hasta los seguros sociales, articulan generosidad y reciprocidad. Estas distintas maneras de considerar al “pobre”, de “ayudarlo” para salir de la pobreza o, sencillamente, a sobrevivir —que no es lo mismo—, nos permiten entender, en la época contemporánea, lo que está en juego en el plano político con el lugar que se otorga a los pobres en su calidad de ciudadanos”. (Bey, 2011: 207)

Tal como señalan Arenas y Echeverry (2007) la trayectoria de un político está constituida en parte por los cargos y funciones que ha desempeñado, asignadas comúnmente por su pertenencia al partido. Ocupar un cargo, ya sea por nombramiento o elección, implica para el político obtener experiencia en el ámbito de la administración pública, y le posibilita manejar recursos que fortalezcan los vínculos con sus apoyos y bases. A partir de posiciones en el gobierno o la administración, resulta característico que se reclame reconocimiento –autoría- por la realización de obras: se va dejando así una especie de sello particular y se construye una “memoria” de acciones a favor de las poblaciones. Se aspira a ser reconocido por el aporte en la construcción de escuelas, hospitales, barrios, estadios y con ello se procura aumentar la visibilidad y notoriedad del líder. Muchos de estos mecanismos posibilitan, además, que el reconocimiento de la realización de obras se transfiera al partido, por la vía de la identificación de la organización con su líder. (Véase: Arenas y Echeverry, 2007).

Así, la idea en la cual, los recursos que alimentan la vida política están derivados de aquellos que tienen como destino el desarrollo de obras de infraestructura, se traducen en dos elementos complementarios: “la auto atribución a partir de la gestión de ciertos recursos públicos y privados y el reconocimiento por parte de la población que se traduce en “espacios” (territorios) privilegiados para hacer proselitismo” (Arenas y Echeverry, 2007: 11)

Como parte de este argumento, se retoma la propuesta analítica de un estudio previo realizado por la autora y Arenas (2007) sobre el partido liberal en el municipio de Quimbaya, Quindío, en el cual se identifican tres mecanismos usados por el partido durante su proceso de enraizamiento en la localidad. El primer mecanismo es la “Representación”. Con este se reconoce la estabilidad significativa del partido a través de la presencia permanente de algunos de sus integrantes en instancias de representación

pública (Municipal y regional y Nacional). El segundo mecanismo puede denominarse “*cemento y territorio*”. Con una expresión corriente entre políticos, se alude al significado del desarrollo de obras de infraestructura –con la gestión y destinación de recursos públicos- para la construcción de espacios –físicos y simbólicos- donde los políticos y las organizaciones que los apoyan, aspiran a ser reconocidos por sus “obras”, procuran delimitar un territorio que pueda ser reconocido como propio. El tercer mecanismo lo constituyen los “*usos electorales de la vulnerabilidad socioeconómica*”. Un volumen importante de proyectos y programas de intervención gestionados y desarrollados por la organización partidista están enfocados a sectores económicamente vulnerables. La organización y sus líderes movilizan recursos que son usados como un medio para encuadrar individuos y sectores sociales en el apoyo electoral. La vulnerabilidad económica opera como una categoría vinculante y como un campo de acción privilegiado para que el partido desarrolle sus estrategias de enraizamiento (Arenas y Echeverry, 2007)

Tal como se ha planteado en este trabajo, “la construcción de programas de vivienda popular, entre muchas otras obras de infraestructura, tienen importancia para el estudio del partido porque revelan los mecanismos a través de los cuales la organización obtiene visibilidad, reconocimiento y apoyo político. “Dicho de otra manera, logra permanecer vigente en el escenario local. Para ello es importante, en primer lugar, la auto-atribución de las obras públicas, en la cual se encuentra una petición de reconocimiento. Hace explícito cual ha sido la “bandera” de la organización: cual es el programa por el cual se pide ser reconocido, cuales los logros que se asocian con el liberalismo y los líderes que han estado al frente de los proyectos. Este mecanismo de auto-atribución se complementa con la asociación que los ciudadanos hacen entre las obras y alguno de los miembros de la organización (para el caso el jefe). La población relaciona proyectos y obras con personas y grupos políticos y menos con la gestión pública propia del Estado<sup>62</sup>.”

---

<sup>62</sup> La lectura retrospectiva de esta dinámica, ha mostrado como, desde la década del sesenta, diversas reformas institucionales tendientes a la modernización del Estado, han debilitado este saqueo, reduciendo el acceso a los recursos y tecnificando la administración y planeación del territorio. Ello plantea dificultades

Esta relación que hacen los ciudadanos ha brindado al partido un recurso para su consolidación y permanencia como grupo electoral mayoritario”. (Arenas y Echeverry, 2007: 24)

En esta línea de análisis, es posible señalar que el desarrollo de proyectos de infraestructura, como estrategia central del movimiento del caso estudiado y su participación permanente en instancias de representación pública, se vinculan con un territorio electoral, a partir del cual, puede reconocerse que el enraizamiento (...)” no es una cosa abstracta y lejana, sino una idea ligada con la capacidad de las redes políticas para incorporarse en la “representación” que la gente tiene de la política y de sus intermediarios” ((Arenas y Echeverry, 2007: 25) Tal imagen se asocia aquí al trabajo realizado por el DLA, donde una larga trayectoria de obras públicas asociadas a su trabajo, hacen parte de la “representación” construida en diferentes territorios de la ciudad y el departamento y aportan a la explicación de una de las preguntas centrales de este trabajo por aquellos mecanismos implementados para permanecer en la escena electoral, en una posición de superioridad, durante al menos dos décadas. Los elementos que concentra una noción como el enraizamiento, permiten sumar a esta explicación una lógica de “trabajo situado” en un territorio vivo que responde, recuerda y suma votos.

Se recogen en relación con este argumento algunos fragmentos de entrevistas realizadas al líder político, donde se hace alusión a obras de infraestructura de relevancia para la ciudad y especialmente, donde se evidencia la lógica de auto atribución de tales obras. Como ejemplo de ello se retoma el siguiente fragmento de entrevista a Bernardo Guerra Serna:

---

a la acción de caciques o líderes clientelistas regionales del tipo aquí descrito y suma como parte de la explicación de su decaimiento. (Véase, Gutiérrez, 1998)

(...) una de las cosas que yo creo que hay, que es la distribución de los recursos del Estado. Yo le puse toda la atención a los barrios de las zonas marginales de Medellín y traté de llevar vías a donde no existían. Dos cosas fundamentales: escuelas y tratar de hacer estadios polideportivos en lugares inmensos, como el estadio los comuneros, esa parte alta. Yo tuve que arrancar con estas calles, de Manrique para allá, de Aranjuez para allá, y hacer estudio del puente, que llaman en esa época el puente del diablo, que fue una batalla campal eso (...) Y el otro problema fue el de los puentes. Tuvimos una administración dedicada a construir puentes, ¿porqué? Porque estas eran dos ciudades: la ciudad del occidente y la ciudad del oriente. Hicimos los puentes más importantes, los que ya existían los ampliamos e hicimos otros puentes, especialmente en interconexiones, por ejemplo uno que arranca desde la alpujarra y llega hasta allá (...) ese puente lo hicimos nosotros, el puente de Barranquilla, ese puente lo hicimos nosotros, las terminales, iniciamos con la terminal del norte. (...)(Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

En relación con el tercer mecanismo planteado por la autora y Arenas (2007) se encuentra que la concentración del trabajo en zonas y con poblaciones con condiciones de vulnerabilidad económica, es en el trabajo de Bernardo Guerra Serna y del DLA, un “valor” vinculado a la razón de ser del trabajo político: “la ayuda a los necesitados”, “el servicio a los pobres”, “las ayudas”, la lógica de presencia y de protección, entre otras ideas asociadas, que permite argumentar que es esta vulnerabilidad económica uno de los escenarios propicios para la acción de la red política, operando como su justificación y su oportunidad. Aquí, se vincula directamente, la noción de un clientelismo desigual, que crea una memoria de lealtades y agradecimientos y que puede acentuar y/o promover el statu quo<sup>63</sup>. Como sustento de este argumento se recoge el siguiente fragmento de entrevista:

---

<sup>63</sup> Sobre este punto, Gutiérrez reflexiona sobre la fuente de los recursos con los cuales se sostiene esta actividad proselitista. Según el autor, aquí la actividad se centra en el “saqueo sistemático el Estado”, donde, “(...) el patrón clientelista, a través de la corrupción, transforma bienes públicos en privados y, después, redistribuye, de tal suerte que efectivamente pueda otorgar beneficios tangibles y reales a sus clientes sin pagar nada a cambio. Pero obviamente, la compra de favores privados – votos, activismo en pro de mi causa, incluso servicios domésticos- con bienes públicos depende de la capacidad de uno intensivo de recursos externos a la red clientelar; esta forma parasitaria de red clientelar es únicamente un consumidor de riqueza. Pero la capacidad de saquear al Estado no se puede tomar como un hecho dado. Ante todo el saqueo tiene obviamente límites, si no fuera así, se convertiría en una auténtica distribución. Se da a los unos, pero quitando a los otros. Por eso, diferentes redes clientelares deben competir entre sí. Incluso en una crapulocracia, los caciques no las tiene todas consigo; un régimen de saqueadores es en realidad

(...) para mí era una pasión y sentía una satisfacción tremenda de visitar los departamentos de Antioquia y visitar sus veredas donde de pronto no llegaba un político, y demostrar las preocupaciones y el abandono de las regiones. Y aspiré y lo ejecuté cuando fui alcalde de Medellín, conformando un gabinete con representación de diferentes lugares de la clase social de gente de la clase media, gente que nunca pensó de llegar a una secretaría (...) entonces todo esos fenómenos así se pudo llegar a atender ese problema de atender las necesidades. (Entrevista. Guerra Serna. Octubre de 2004. IEP)

(...) Mire a mí no me han agradecido ni reconocido, yo trate de hacer unas cosas de las que hoy me siento feliz como haber comunicado a los barrios más marginados con el centro de la ciudad: Usted recorrer y decir este fue un puente que se realizó en la administración en el año 79 – 81 con el doctor Bernardo Guerra Serna, sin ser ingeniero. La mayoría de los puentes que hay hoy no existían en ese entonces, porque ahora han hecho muchos, la creación de los centros hospitalarios zonales, porque en ese tiempo no existía sino Soma y de pronto El Rosario, y todo el mundo de los barrios tenía que venir necesariamente al centro de la ciudad de Medellín. Y se crearon todos esos puestos de salud, se irrigo la presencia del estado y la presencia de la atención al ser humano (...) (Entrevista. Guerra Serna. Octubre de 2004. IEP)

Parte de esta dinámica también es narrada por el trabajo del DLA en la composición de los cuerpos colegiados de representación de la ciudad y el departamento. Tal cómo se ha podido constatar en las entrevistas, esta participación implicaba, de manera central, el acceso a los recursos del Estado, a través del reparto de auxilios y de cargos en el nivel municipal y departamental. Por la otra, se traduce en una decisiva participación en las decisiones vinculantes de la ciudad y el departamento, además de acceder a una importante vitrina para sostener el reconocimiento de la facción de cara a la población.

(...) es que el poder está muy ligado a la capacidad de hacer (...) el poder se manifiesta, como lo hemos entendido aquí nosotros en la política tradicional de dos maneras: se manifiesta en la nómina y en el presupuesto. Entonces, si usted no tiene influencia en la nómina, dicen no, este ya cayó en desgracia o este tiene muy poco poder. Y si no tiene influencia en el presupuesto, para auxilios, también dicen este ya no tiene... ¿Por qué? Porque la gente ya se acostumbró a que la expresión del poder, en última instancia, no se

---

tremendamente inestable y, aunque en momentos de emergencia aquellos puedan cerrar filas para defenderse como capa social, en las situaciones normales estar trenzados en la “negociación del desorden” que implica ataques mutuos, intentos de raparse el territorio y el personal político y, en general, constantes y a veces feroces fricciones”. (Gutiérrez, 1998: 59-61)

expresa de otra manera. Así suene eso muy crudo, pero no hay otra forma de expresar (...) (Entrevista. Estrada. Agosto de 2004. IEP)

Específicamente, la aproximación a las entrevistas nos permiten plantear que la importancia de las coaliciones en cuerpos colegiados como la Asamblea departamental y el Concejo municipal, más que como escenario para la aprobación de proyectos de acuerdo o de ordenanza, era el lugar para la repartición de entidades como la Personería del municipio, la Tesorería, la Contraloría y diferentes mesas directivas de instituciones influyentes<sup>64</sup>. Asimismo, un mayor número de diputados representaba el acceso a un mayor número de auxilios.

La Contraloría Departamental se identifica como una de las entidades de mayor importancia en la política de Antioquia, pues previo a la Constitución de 1991<sup>65</sup> los Contralores operaban como una suerte de coadministradores con amplio poder de control, que autorizaban o impedían las acciones de los alcaldes. La cercanía con el Contralor habría de marcar entonces la diferencia entre la consecución de *vistos buenos* y

---

<sup>64</sup> (...) Otros sitios de importancia para el stratum político fueron la conformación de los equipos de gobierno. Así, el nombramiento de los gabinetes era producto de las negociaciones entre los gobernantes designados y los jefes de las diversas facciones. Dentro de los cargos más importantes por su papel en el cumplimiento de la función expresiva de las facciones partidistas y en la reproducción de las redes clientelares se cuenta la conducción de las secretarías de: educación, salud y obras públicas. En la conformación de los gabinetes municipales y departamentales, que era producto de las negociaciones entre los gobernantes designados y los jefes de las diversas facciones, estuvo en juego no solo el cumplimiento del acuerdo sobre distribución paritaria o participación adecuada y equitativa de ambos partidos en el gobierno, sino también la representación de cada una de las facciones en que estaban fragmentados ambos partidos. Pese a que las sucesivas transacciones tenderían a dar lugar a una burocracia inconstante, la composición de tales equipos revela la conformación de un grupo de funcionarios políticos caracterizado por la ocupación reiterada de cargos en la alta burocracia del aparato de Estado. (Franco, 2006: -245-246)

<sup>65</sup> En el contexto del estudio resulta obligatorio señalar el marco normativo, (aún heredero del Frente Nacional) permitía libertad a los centros departamentales de la designación de Alcaldes y Gobernadores, así como a otro amplio margen en la asignación en cargos de libre remoción y nombramiento. Asimismo, se destaca que no se contaba con los requerimientos o sistema de calificación actuales para la carrera administrativa en entidades territoriales

las sanciones o dilataciones al uso de los recursos por parte de una administración municipal<sup>66</sup>.

Se recogen partes de testimonios de participantes de la época en el DLA, donde se retrata su pensamiento sobre este manejo de la nómina y los recursos<sup>67</sup>.

(...) Eso son unas prácticas buenas a la larga, si son bien utilizadas, nosotros regresamos dineros de recursos de becas al Estado, porque eso se manejó aquí con una pulcritud increíble. Usted hace un esfuerzo para sacar una plata del presupuesto nacional, a nosotros nos tenían asignadas unas partidas, unos cupos. El Directorio, tenía el mayor ingreso, por el número de congresistas que tenía, nosotros llegamos a tener 9 representantes y 4 senadores, entonces son 13, era mucha gente. Entonces eso también era la cantidad de dineros que llegaban, para distribuir en las acciones comunales y esas cosas, eso lo distribuíamos nosotros. (...) Entonces uno se pone a ver, no puede haber Congreso en el mundo entero, ni representación en el mundo entero que no tenga en cuenta a los que votaron para que usted llegara a ser representante (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

Entre las secretarías municipales se destaca la Secretaría de Gobierno, la cual determinaba la relación con el Concejo y la comunidad y secretarías como la de Educación, con el interés por el nicho electoral de los maestros, así como de la asignación de plazas docentes<sup>68</sup>, También la secretaría de Salud<sup>69</sup>, en la cual se destacan las obras de infraestructura y presupuesto de centros de salud y hospitales en barrios de Medellín. Estos posibilitaban un importante acceso y reconocimiento entre la comunidad, además

---

<sup>66</sup> Nótese la forma como se describe el papel que representa el contralor para la época: (...) El alcalde necesitaba hacer un pago, pa' chulear, que eran chuleadores, estos funcionarios de la Contraloría eran unos chuleadores, pa' chulear se demoraba un tiempo (...) (Entrevista. Estrada. Agosto de 2004. IEP)

<sup>67</sup> Es de suma importancia indicar que se presentan dificultades en el desarrollo de este trabajo para la consecución de información primaria que sustente ese tipo de argumentos. Sin embargo, la evidencia fragmentaria de las fuentes de las que se dispone permite presumir la forma como funcionaban las prácticas aquí descritas.

<sup>68</sup> Se encuentra que los principales centros educativos que favorecía la asignación docente para la época eran el Liceo Concejo de Medellín y el Instituto Popular de Cultura. (Entrevista. Estrada. Agosto de 2004. IEP)

<sup>69</sup> Véase la forma como se hace referencia a la importancia que implicaban las obras sociales asociadas a la salud: (...) Salud era muy importante, por que es que el municipio de Medellín le ha dado una prelación siempre a la Secretaría de Salud, hasta el punto de que todos los barrios de Medellín tienen un centro de salud u hospital. Entonces sí era muy importante por la presencia comunitaria, también por la nómina. Los años rurales, por ejemplo eso era una mina de oro, un mérito uno poder hacer un año rural en Medellín (...) (Entrevista. Estrada. Agosto de 2004. IEP)

de ofrecer la asignación de cargos y pasantías como intercambio político<sup>70</sup>. Las secretarías u oficinas de presupuesto generalmente encabezadas en las secretarías de Hacienda departamental son nombradas como unas de las más importantes en la ciudad, pues limitaban o favorecían el acceso (o negociación) de los auxilios que van a escalar en la distribución nacional y departamental.

En relación con lo anterior y con el propósito de reforzar una imagen sobre la forma de hacer las cosas en este periodo en relación con la distribución de los recursos públicos, se retoma un último apartado, el cual ofrece una visión general de la forma en la que Bernardo Guerra Serna y su facción, capitalizaban a favor de sus resultados electorales, las obras públicas realizadas y cargos asignados, con recursos del Estado, a través de una lógica selectiva, sectorizada y basada en el intercambio de “favores” colectivos y particulares, por “votos” para sus candidatos y para sí mismo. La lógica no se disimula, ni se desmiente, es un modo práctico, de alcanzar estabilidad y poder político electoral.

(...) Entonces con Guerra hacíamos el compromiso que los empleados le dábamos a él algo, y de los auxilios le dábamos a él... generalmente él pedía la mitad. Entonces Guerra recibía los auxilios de él y él generalmente era de la comisión de presupuesto y la comisión de presupuesto negociaba con el gobierno cobrando mucho, la orden era que los miembros del directorio fueran a las comisiones de presupuesto para poder negociar más.

---

<sup>70</sup> Se recogen aporte de Franco (2006) sobre el manejo de otros cargos de influencia en la ciudad para la época del estudio: “En el marco de la disputa por el control de los centros de poder regional el otro conjunto de cargos objeto de pactación y transacción entre los directorios políticos –o de manera más precisa entre las facciones partidistas dominantes– eran la gerencia y composición de la junta de Empresas Públicas de Medellín –EPM– como sitio y fuente de recursos de poder. La importancia de las EPM, tanto para la burguesía industrial como para los políticos, se remonta a su constitución como establecimiento con autonomía administrativa, patrimonio propio y capacidad para obrar.

A partir de ese momento se convirtió en una institución fundamental tanto para el desarrollo económico urbano-regional (La institución fue clave en la creación de infraestructura hidroeléctrica, que soportaría el proceso productivo en la región, y en el desarrollo urbano.) como para el funcionamiento del Estado local, pues debía a generar aportes al ente municipal para ayudar a sobrellevar la carga de la administración pública. En correspondencia con esto, la reglamentación de la composición de junta directiva y la designación del gerente como autoridades máximas de la empresa en la década del cincuenta, estuvo dirigida a garantizar la participación del alcalde y la representación de ambos partidos pero fundamentalmente de las tres fracciones de clase principales. La creciente importancia de la entidad motivó una reforma de la composición de la junta en la década del setenta, que fue presentada como un esfuerzo de democratización y de ruptura del poder de los gremios en ella. A través de ésta se impuso el criterio de paridad política, dio representación al gobernador y al director de planeación municipal y otorgó potestad de postulación de los “miembros particulares” de varias entidades privadas”. (Franco, 2006: 242-244)

Entonces Guerra recibía, diga usted, diez parlamentarios la mitad de los auxilios. En se momento, antes de la Constitución del 91 en Antioquia recibimos, el último año como 35 millones de auxilios. Entonces Guerra recibía la mitad de los parlamentarios comunes y corrientes y la mitad del de presupuesto. Entonces por eso Guerra fue accionista del movimiento, construyó esa sede tan maravillosa que tiene ahí, tenía obras sociales muy importantes (...) (Entrevista. Estrada. Agosto de 2004. IEP)

(...) hechas con criterio marcadamente político electoral. Tenía la Fundación Cecilia Lince que era un colegio. El primer colegio que usó computadores pa' los muchachos pobres de Medellín fue el colegio de Guerra, conseguido con plata del Estado, no con plata del Estado invirtiéndola el Estado, si no, invirtiéndola él, invirtiéndola como quería él de manera selectiva que le diera votos. Entonces ese era un hombre muy importante. Entonces aspiraba a tener muchos representantes con ese propósito. Muchos senadores, muchos diputados, muchos concejales, pero además de eso para ser decisivo en las elecciones que hacían esos organismos, en la elección de procurador, en la elección de contralor, aquí en la elección del personero, tesorero y contralor de Medellín y en la elección de Contralor Departamental. Esas son expresiones claras de poder. Y ahí si cambiaban del primero hasta el último. Ahí llegaba un contralor y sabía que tenía que colocar 200 personas (...) (Entrevista. Estrada. Agosto de 2004. IEP)

Debe señalarse que la información aquí recopilada tiene como propósito la construcción de una "imagen" de algunos de los mecanismos de actuación de la facción liberal del DLA entre 1970 y 1988, la cual fue liderada en este periodo por Bernardo Guerra Serna. Como una forma de concluir esta imagen, se reitera que la construcción de obras de infraestructura y la auto atribución de las mismas, el control de los cargos públicos y de la nómina del municipio y departamento, el amplio reconocimiento entre seguidores y opositores, un fuerte liderazgo en su jefatura, y una estructura de trabajo localizado, móvil, direccionada al contacto con la comunidad, logra consolidar un vehículo político partidista que se hizo exitosamente vinculante por el periodo estudiado.

Este trabajo político se entiende como una combinación entre características y lógicas de su liderazgo y un escenario de negociación específico. Cómo se ha manifestado adelante, este periodo estuvo marcado por cambios socioeconómicos importantes de transformación de las ciudades y más aún, en el paso a una economía urbana que implica un amplio

desplazamiento de población a la ciudad. Es decir, se opera aquí en ciudades convulsas, cambiantes, y en proceso de expansión. También se incluyen en la ecuación las formas particulares de intermediación clientelar y todo lo que de estas se deriva. A ello se vinculan, unos territorios electorales que se capitalizarían a través de un fuerte trabajo de acercamiento y reconocimiento.

Los discursos por su parte, son en suma, orientaciones a la identidad, tanto bipartidista, fraccionadas en diversos grupos que actúan en nombre de los partidos oficiales, como regional, en donde la diferenciación con el centro capital alimenta una noción de “nosotros”, y establece favorablemente una pugna que busca traducirse en el empoderamiento de los liderazgos de la periferia. Líderes emergentes y prácticas reinsertadas como una manera efectiva de hacer las cosas, son el papel que asumen Bernardo Guerra Serna y su facción, con el uso abierto y generalizado del clientelismo político.

Se identifica también la forma en que se solapan formas de institucionalidad política diacrónicas, y mantiene como una sombra la pregunta por el papel del Estado, sombra que se nombra sutil, pero se sabe fuerte, responsable de mucho de lo descrito. Están presentes en relación con lo anterior, debates por el saqueo del Estado y el uso utilitario de la vulnerabilidad económica de la población, los cuales hacen parte del modus operandi de este clientelismo, acentuando dinámicas históricas de desigualdad, exclusión, periferia, dependencia, violencia; ello, sin hacer un zoom necesario a las construcciones simbólicas que estas prácticas heredan sobre la ciudadanía y sus formas de vincularse a la construcción del Estado.

Con todo esto se señala que la mirada al liderazgo de Bernardo Guerra Serna y el desempeño del DLA bajo su dirección, implican análisis en muchos niveles, superando miradas simplificadoras que lo reducen a comportamientos reprobables, o a una lógica de

consecución de votos “simple”, pues lejos de serlo, implica sutiles equilibrios de relacionamiento.

No debe perderse de vista que esta reflexión alude a un escenario de competencia el cual implicaba limitaciones y barreras, así como estímulos para la acción del DLA, vinculando toda una gama de competidores de otros partidos, así como copartidarios que impulsaban otras facciones liberales en el departamento, y también miembros de la facción que, como se señala previamente, crearon su propio movimiento, imitando socio técnicas del DLA y de Bernardo Guerra Serna para el fortalecimiento del nuevo grupo<sup>71</sup>. Es decir, el abordaje de una facción y liderazgo particular del liberalismo, no trata de desconocer el contexto externo de la competencia partidista, el cual si bien no es el énfasis del trabajo, debe resaltarse como ámbito que constriñe o impulsa las acciones del grupo que aquí se estudia.

### **3.5 Cargos, votos y políticas**

(...) Dicen que no he sido un buen congresista, pero es que estoy convencido de que Colombia ya tiene demasiadas leyes. Por eso nunca me ha entusiasmado presentar proyectos de ley (...) Yo soy hombre de partido y estoy en el Congreso para respaldar las iniciativas liberales que sean convenientes para el país (...) (Entrevista. Guerra Serna. Septiembre de 2004. IEP)

---

<sup>71</sup> Como caso emblemático se conoce el DLA Sector Democrático, fracción del DLA fundada en el año de 1985 por el expresidente Álvaro Uribe Vélez, en oposición a la jefatura de Bernardo Guerra Serna. Es importante resaltar que esta división se produce precisamente un poco antes de la aprobación de la elección popular de alcaldes. Así los movimientos realizados entre 1985 y 1988, asociados a participación en elecciones presidenciales, competencia por curules en Senado de la República y Cámara de Representantes, así como el control de las mesas directivas de concejo y asamblea departamental y de la burocracia local a cargo del "ultimo" alcalde por nombramiento, agudizarían la fragmentación y la fragilidad de los vínculos entre los distintos grupos que se reclamaban como liberales. A esta explosión de fracciones se asocia el control de Bernardo Guerra Serna de la distribución de recursos y nominación de candidaturas dentro del liberalismo antioqueño.

El trabajo del DLA en la época de estudio permite definirlo como una facción predominantemente electoral. Con ello se hace referencia a cómo el comportamiento de la facción, de la mano de la personalidad de su líder –Bernardo Guerra Serna- ubica cómo su objetivo principal, la maximización de su capacidad en las urnas. Así, por una parte, el DLA mantiene su vigencia y superioridad electoral en Medellín frente al Partido Conservador y frente a otras facciones del liberalismo en la ciudad y la región durante casi dos décadas (años 70s y 80s)

Por otra parte, se asocian matices del estilo de liderazgo de Bernardo Guerra Serna, quien se caracteriza por una forma de hacer política claramente “práctica”, concentrada más en la maximización de sus votos que en los discursos o en las propuestas programáticas. Así lo han definido varios de sus contemporáneos:

(...) Guerra era un hombre muy dado a la política electoral. Dentro de las funciones que cumplen los partidos, Guerra le daba la mayor importancia a la función típicamente electoral. Todo en Guerra era con una visión (...) electoral, los auxilios, los puestos, todo. Pero de las otras funciones que cumplen los partidos, Guerra no se preocupaba mayor cosa. Guerra por ejemplo, no se preocupaba de la función ideológica y programática, eso para él era secundario. Y muchas veces el directorio no se presentaba a elecciones ni siquiera con un manifiesto programático. Y a pesar de eso, ganaba. Entonces esa función él no la tenía. La función parlamentaria, tampoco le daba mayor importancia, hasta el punto de que Guerra era uno de los parlamentarios más ausentes (...) pero no le ponían falta por el peso y prestigio que tenía. (...) (Entrevista. Estrada. Agosto de 2004. IEP)

(...) A él le interesaba era tener mayorías, y en las mayorías, que las mayorías hicieran lo que él considerara conveniente. Aunque a veces había discusiones, generalmente era su criterio el que predominaba así no fuera el más acertado. No era pues para el debate, la discusión, los discursos, las cosas sobre los proyectos, si no la decisión lo que a él le interesaba, pero la decisión fundamentalmente ligada a la elección de funcionarios más que a la discusión de proyectos y por eso fue uno de los jefes más importantes del Partido Liberal en Colombia, por que él para conseguir votos era impresionantemente hábil, en eso era muy competente (...) (Entrevista. Agosto de 2004. IEP)

A partir de esta idea se recoge la propuesta de analítica de Steven Wolinetz y su orientación de los partidos políticos modernos, la cual, resulta interesante, en tanto permite visibilizar la tendencia de la organización y su conexión con otras tipologías incorporadas en el análisis de los partidos políticos que tienen vigencia hoy. Así, Wolinetz, caracteriza los partidos en tres tendencias o tipos: 1, partidos orientados a las políticas, 2, partidos orientados a los cargos y, 3, partidos orientados a los votos. Por supuesto, estas tipologías no son excluyentes, podría afirmarse que todos los partidos combinan estos tres tipos de interés. Sin embargo, nos aporta elementos para la comprensión de esta facción a través de sus intereses, asociando las estrategias utilizadas, el estilo de liderazgo de su líder, y en general el tipo de formas de socialización que establece con la comunidad<sup>72</sup>.

Puntualmente, un partido *policy seeking* (o partido orientado a las políticas) es aquel que concede la máxima importancia a la consecución de políticas públicas; un partido *office-seeking* (orientado a los cargos) está primordialmente interesado por asegurarse el acceso a cargos públicos –situando a sus líderes en el gobierno, disfrutando del acceso a las subvenciones, etc-, aún cuando ello suponga compartir el poder con otros o seguir estrategias opuestas a la maximización de sus votos y, un partido *vote-seeking* es el que tiene como objetivo principal maximizar el número de votos y ganar las elecciones. Es importante advertir la anotación del autor, al plantear que aunque en la práctica ningún partido se encuentra exclusivamente orientado a la búsqueda de políticas, votos o cargos,

---

<sup>72</sup> El autor justifica su tipología en el supuesto de heterogeneidad en su configuración y la poca disposición de maneras efectivas de clasificarlos. Anota que “Algunos de los esquemas que utilizamos para clasificar a los partidos políticos fueron propuestos hace casi un siglo. El tiempo transcurrido no es necesariamente una desventaja (debería facilitar la comparación), pero la evidencia de que se han producido cambios importantes en las maneras en que los partidos se organizan o se relacionan con los votantes ha sido un tema persistente en la literatura. (Wolinetz, 2007:128) Y agrega: “Los esquemas clasificatorios derivan de la investigación y de la aplicación. Para que sean útiles, esos esquemas deben no sólo distinguir entre los diferentes tipos de partidos políticos, sino también, hacerlo de modo que reflejen las cuestiones en las que estamos interesados. Esto último implica que no hay un esquema universalmente válido, sino que su utilidad depende en parte de lo que queremos saber y que una clasificación eficaz para un propósito puede no serlo para otro” (Wolinetz, 2007:143).

este esquema recoge orientaciones “que pueden relacionarse con otras características de los partidos, y con los entornos sociales en los que operan” (Wolinetz, 2007: 143)

Para el caso que interesa a este trabajo: “el partido buscador de votos”, se define como aquel que “tiene como máxima prioridad ganar las elecciones. Así, las políticas y los debates programáticos no están excluidos, sino que son manipulados para maximizar el apoyo electoral. (...) Un partido buscador de votos debería estar organizado para lograr escaños en casi todos los niveles (local, provincial o regional, nacional) en los que tienen lugar las elecciones” (Wolinetz, 2007:145-146). Aunque estos partidos (orientados a los votos) defiendan políticas públicas, “éstas podrían cambiar con frecuencia, manteniendo el mínimo de consistencia downsiana necesaria para evitar la alienación de sus simpatizantes o de sus seguidores. En las campañas electorales, su prioridad estaría en la utilización de las técnicas diseñadas para ganar votos más que en la defensa de políticas específicas, que cambiarán de elección a elección. Para ello, el partido, como sugiere Kirchheimer, pujaría por obtener el apoyo de intereses concretos, realzaría a sus líderes o utilizaría cualquier otro medio que le permita obtener el mayor número posible de votos” (Wolinetz, 2007: 148)

Esta tipología se acerca a una imagen del comportamiento del DLA de los años 70s e inicios de los 80s, y plantea el debate sobre este comportamiento y su relación con las normas culturales prevalecientes en un determinado sistema político y especialmente sugiere cuestionamientos por lo que realmente conocemos de estas estructuras, las cuales, - supone Wolinetz-, cuentan con niveles organizativos precarios. Asimismo, se insinúa una pregunta por la relación entre un régimen centrado en un líder y la relación de ello con la constitución de sistemas clientelares de relacionamiento. Así, plantea Wolinetz que “sería útil conocer si determinados tipos de partidos –los orientados a los votos, débilmente organizados, con estructuras que son en mayor medida redes sociales, más que entidades fuertemente organizadas- resultan más comunes en los regímenes

*presidencialistas*, en las que el deseo de hacerse con un único e indivisible cargo público une a grupos sumamente divergentes. En otras situaciones, sabemos que en determinados lugares del mundo las relaciones entre clientes han sustituido a los partidos políticos o han crecido dentro de ellos. Por desgracia, a pesar de que tenemos algunas certezas sobre las circunstancias sobre las que es probable que ocurra el clientelismo, sabemos muy poco acerca de las circunstancias que convierten al patronazgo en la actividad predominante de los partidos políticos” (Wolinetz, 2007:160). Añade el autor que la superioridad de un tipo de partidos “podría reflejar factores tan diversos como las dinámicas de competición, los elementos culturales, las instituciones, el sistema electoral o, simplemente, las clases de partidos que han logrado institucionalizarse con anterioridad. Otras facetas que podrían considerarse serían la estructura del partido, la edad de las organizaciones partidistas, la disponibilidad y los usos del patronazgo y las características de la sociedad y la economía”. (Wolinetz, 2007:161)

A partir de esta lectura, se señala que el trabajo político del DLA se orienta a la consecución de votos, antes que a la generación de políticas públicas, e incluso, antes que a la búsqueda de acceso a los cargos del Estado. Con ello no se quiere decir que la facción pudiera o tuviera intención de prescindir de estos recursos, sino que utilizaba como punto de partida el acceso a los votos para el mantenimiento de su poder político, entendido como un sistema en el que se articulan votos, cargos y políticas.

Así, cuando se plantea la pregunta genérica de los “votos para qué”, debe insistirse en el flujo que conecta los diversos recursos de poder por los que compiten los partidos. Para el caso de Bernardo Guerra Serna, el capital electoral se entiende como la clave para “reclamar” ante otras facciones el derecho a poner sus representantes en los principales cargos (mesas directivas corporaciones influyentes y representación en el gabinete municipal y departamental, además de otros cargos repartidos según la milimetría del poder electoral de cada facción); a su vez, la disponibilidad y control de la nómina y los

cargos que resultaban de sus “recomendaciones” (telefónicas o por carta) eran clave de su éxito electoral.

En segundo lugar, es posible insinuar una relación entre un partido o facción orientado predominantemente a los votos y una estructura de trabajo clientelar, que además incorpora como centro de sus motivaciones, la figura de un líder carismático como Bernardo Guerra Serna.

Esta mirada a la “orientación” del DLA, nos permite plantear una pregunta por las “motivaciones de la facción”, más que únicamente la identificación de su comportamiento. Sustenta la idea general de que el clientelismo político, como mecanismo de intermediación, incorpora diversos elementos y “lógicas de trabajo”, que están ligados además a una pregunta por el sistema de partidos.

## CONCLUSIONES

(...) Bernardo Guerra Serna es el político regional que más poder ha construido en Colombia. Entre finales de los años setenta y comienzos de los noventa del siglo XX, su poder en Antioquia fue tan absoluto como cuestionado. Es miembro fijo de lo que en algún tiempo conoció la historia colombiana como “gamonalismo”. Su recorrido sintetiza y explica una época: trato carismático, líder cercano a los electores, “trapo rojo”, tráfico de influencias, puestos, puestos y más puestos (...) (El Tiempo. Revista Bocas. Abril 20 de 2017)

De manera general este trabajo aborda preguntas por algunas de las *prácticas* (no exclusivas) de hacer política partidista de la facción política del DLA entre 1970 y 1990, a partir de la aproximación a una “tipología” de liderazgo político, el cual a partir de lo que aquí se ha denominado prácticas “efectivas de construcción del voto”, representa transformaciones relevantes en las estructuras y lógicas de la política partidista local y regional. Estas irían construyendo una etiqueta que se traduce en reconocimiento social y apoyo electoral.

Como unidad analítica central se ha identificado al *clientelismo político*, el cual, desde el punto de vista conceptual se asocia a tres perspectivas: la democracia, la vulnerabilidad económica y la perspectiva sociocultural, identificadas en la literatura consultada como puntos centrales de discusión entre autores y corrientes. Es decir, constituyen tres de los grandes problemas asociados al clientelismo contemporáneo.

La perspectiva sociocultural cobra relevancia en el trabajo, pues específicamente se busca mostrar cómo “las prácticas clientelares instaladas a partir del posicionamiento de los emergentes (los líderes mencionados), se sustentan en importantes prácticas culturales, privilegiando relaciones e imaginarios entre los actores. Así, como supuesto principal se señala que Bernardo Guerra Serna se sostiene en su liderazgo, gracias, entre otras, al mecanismo clientelar, potenciado desde su fuerte y estratégico relacionamiento con la población. De este modo, el trabajo sustenta su argumento a partir de las lógicas de

relacionamiento e imaginarios de los actores consultados, más que en la exposición y sistematización de resultados electorales.

La pregunta por elementos de la biografía política de Bernardo Guerra Serna evidencia que su liderazgo se apoya en un juego de distancias y cercanías con lo “popular”, (siguiendo las palabras de Francisco Gutiérrez) donde se enfatiza tanto en su origen pueblerino como en su capacidad de ascenso social. La idea de lo popular remite al escenario de los “necesitados”, a quienes apoya desde una lógica más o menos tradicional de intercambio de favores por votos. Intervienen en esta ecuación aspectos como la “ayuda”, “el servicio”, “las lealtades”, “la gratitud”, y de manera central, el usufructo de la vulnerabilidad económica. De este modo se sostiene que la intermediación clientelar actúa aquí como sustento de ciertas subestructuras de la organización partidista, que para el caso se representa en la facción liberal del DLA.

En esta dirección, se plantea que la distinción social del líder es fundamental en la construcción de las redes de clientela, en la medida en que ayudan a la canalización de recursos simbólicos y económicos, al tiempo que sus acciones de relacionamiento cara a cara con el electorado determinan una particularización de la representación clientelar (Véase: García Sánchez; 2010: 30).

Aquí se asocia una de las preguntas centrales del trabajo ¿cuáles prácticas o socio técnicas realizadas por el DLA desde la jefatura de Bernardo Guerra Serna, en el marco de su competencia con otras facciones liberales, pueden asociarse a su éxito electoral? Esta, es asumida desde la intermediación clientelar aunada a la construcción de territorios electorales a partir del enraizamiento partidista. La noción del clientelismo se aproxima a un sistema sociocultural de lealtades asimétricas políticas en diversos territorios de la región y la ciudad. La idea de socio técnica hace aquí referencia a una metodología particular aplicada abiertamente en el ámbito social donde el líder despliega su trabajo en

pro de su sobrevivencia. La idea de enraizamiento hace referencia a la capacidad de construir vínculos estables con la población. Esta última se ha identificado puntualmente con la construcción, mantenimiento y visibilización de un directorio político (La Casa de Mármol), la priorización de los votos como enfoque del trabajo político, la atribución de obras de infraestructura pública, y el acceso a la nómina y los auxilios públicos. Tales elementos sustentarían la superioridad electoral de Bernardo Guerra Serna mantenida en el periodo que contempla el estudio.

Como parte de los hallazgos se ratifica una visión del clientelismo como mecanismo configurador y perpetuador de las desigualdades sociales. Se argumenta asimismo que la forma de entender, presentar ante la opinión pública y desarrollar en Bernardo Guerra Serna el clientelismo político, se traducen en una *innovación* política que le ofrece al líder y a su facción amplios réditos electorales.

Es importante resaltar como en el discurso de la época, es recurrente la censura a la intermediación clientelar como “forma pre-moderna de relación política” la cual es utilizada como elemento diferenciador y parte del repertorio moral de políticos y medios de comunicación. Según se anota en el trabajo, también aquí los elementos culturales cobran gran relevancia, pues el *clientelismo como discurso, también es una construcción social que se juzga o se valora según los principios vigentes*.

Por último, se reitera que señalar que la aproximación a las narraciones sobre el trabajo político de Bernardo Guerra Serna refleja un liderazgo “centralizado” en sus decisiones, el cual a la postre, sería identificado por copartidarios como autoritarismo y revelado como uno de los principales motivos de las divisiones del DLA. Dicha problemática entendida desde el faccionalismo de los años 80s y 90s referenciado páginas atrás deja insinuado uno de los temas más relevantes del partidismo regional de la época, con efectos en la configuración del mapa político regional del fin del siglo XX.

Para el propósito de esta investigación se retomó como antecedente el proyecto de investigación “Estructura y enraizamiento del liberalismo”. El caso de Quimbaya, Quindío 1988 -2004 (Arenas y Echeverry. 2007). En dicho trabajo se realiza un estudio de caso, con base en información primaria sobre el municipio, sus líderes y los resultados electorales a lo largo de las dos décadas abordadas. Tal aproximación es insumo para enfocar las preguntas del presente trabajo, en asuntos que más allá del análisis minucioso de los resultados electorales, exploren nuevas preguntas, cómo la mirada a las prácticas concretas, la relación entre cultura y clientelismo, y entre un “estilo de liderazgo” y el devenir de una organización política. Asimismo, aspectos conceptuales sobre el clientelismo político que, más allá de la revisión, puedan interrogar el fenómeno desde nuevas caracterizaciones y miradas. Como se señala en la introducción de este trabajo, la intención es proyectar en futuras investigaciones dicha propuesta analítica de cara a validar su pertinencia y futuras aplicaciones.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, Julio. "El clientelismo más allá de sus patrones: reflexiones a partir del caso argentino". Con Distintos Acentos, Dic 2013. <http://www.condistintosacentos.com/el-clientelismo-mas-alla-de-sus-patrones-reflexiones-a-partir-del-caso-argentino/>
- . "Redes Clientelares. Una perspectiva teórica desde el Análisis de Redes Sociales." Documentos de Trabajo CIEPP No 83, Abril de 2012.
- . "Vínculos entre políticos y ciudadanos en América Latina: la persistencia del clientelismo político más allá del giro a la izquierda." *Iberoamericana* XIII 50 (2013): 163–67.
- Arenas Gómez, Juan Carlos, and Echeverry López Laura María. "Estructura Y Enraizamiento Del Liberalismo: Un Estudio de Caso." *Revista Estudios Políticos*, IEP. Medellín. No. 31 (June 2007).
- Arenas Gómez, Juan Carlos, and Ospina Echeverri, Martha Cecilia. "Retóricas Sobre El Fraccionamiento Del Partido Liberal En Medellín: 1958-1986." *Revista Estudios Políticos*, IEP. Medellín. No. 29 (July 2006).
- Audelo Cruz, Jorge M. "¿Qué es clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática." *Estudios Sociales Universidad de Sonora*. Hermosillo, México julio-diciembre, año/vol. XII, número 024 (2004): pp. 124–142.
- Aunta Peña, Andrés Mauricio. "Clientelismo y desarrollo barrial en Bogotá: análisis a partir del caso del barrio Cerro Norte." Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Pregrado de ciencia política, 2009.
- Auyero, Javier. "Clientelismo Político En Argentina: Doble Vida Y Negación Colectiva". *Perfiles Latinoamericanos*. Sección Temática 20 (June 2002): 33– 52.
- . "Desde El Punto de Vista Del Cliente. Repensando El Tropo Del Clientelismo Político." *Apuntes de Investigación del Cecyp* Número 2 (1998). <http://www.apuntescecp.com.ar/index.php/apuntes/issue/view/6>.
- . "Relaciones, cada día." *Desacatos*. CIESAS México. Mayo 2011.

- Auyero, Javier, and Benzecry, Claudio. "La lógica práctica del dominio clientelista." *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. UNAM núm. 226 (enero-abril de 2016).
- Auyero, Javier, Cristina Escobar, Roberto Gay, Ayse-Günes-Ayata, and Luis Roniger. *¿Favores Por Votos? Estudios Sobre Clientelismo Político Contemporáneo*. 1st ed. Sociedad Y Política. Buenos Aires, Argentina: Losada, 1997.
- Avendaño, Avendaño, Luis Fernando, and Restrepo, Giovanni. "Bernardo Guerra Serna : un caso del clientelismo en Antioquia 1960-2002 : materiales para su estudio [recurso electrónico]." Universidad de Antioquia. Pregrado en Historia, 2009. Biblioteca Central. Colección de Tesis Digitales. Piso 3 (907.2/A951 CD-ROM).
- Banégas, Richard. "Clientelismo electoral y subjetivación política en África. Reflexiones a partir del caso de Benín." *Desacatos*, May 2011.
- Bey Marguerite. Combes, Hélène. "El intercambio en política." *Desacatos*, CIESAS México. May 2011.
- . "Relaciones sociales: ¿don o intercambio?" *Desacatos*, CIESAS México. Mayo 2011.
- Britto Londoño Carlos Rafael. "La Intermediación Política Electoral Del Candidato a Juntas Administradoras Locales en las elecciones locales al Concejo de Medellín. (2007 / 2011)." Universidad de Antioquia. Programa de Ciencia Política. Facultad de Derecho y Ciencias políticas, 2013.
- Cazorla José. "Del Clientelismo Tradicional Al Clientelismo de Partido: Evolución Y Características." Universidad de Granada. Working Paper n.55, 1992.
- Combes, Helénè. "¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo?" *Desacatos* Número 36 (May 2011): 13–32.
- Corzo Fernández, Susana. *El clientelismo político como intercambio*. Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS). Barcelona, 2002.
- De Barros, Françoise. "Las políticas de vivienda social del Estado como ejemplo de 'repertorio de acción clientelar' de las autoridades locales en Francia (1950-1970)." *Desacatos*, May 2011.
- Duque, Daza, Javier, and Universidad Autónoma del Estado de México. "Partidos divididos, dirigencia fragmentada. Los partidos Liberal y Conservador colombianos 1974-2006." *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales* 13, no. 41 (May 2006): 173–209.

- Duque, Daza, Javier. La institucionalización partidista. Una propuesta de abordaje de las estructuras organizativas partidistas. *Estudios Políticos*. no 27. (Jul – Dec 2005).
- Gurza Lavalle, Adrián and Zarembeg, Gisela. “Más allá de la representación y del clientelismo: hacia un lenguaje de la intermediación política”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. UNAM núm. 221 (May 2014): 19–50.
- Echeverry López Laura María. “Partidos Políticos. ‘Elementos Conceptuales Para Un Estudio de Caso.’” Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Programa de Sociología, 2006.
- Espinal Rosario. “CLIENTELISMO,” n.d.
- Farinetti, Marina. “Clientelismo Protesta: Cuando Los Clientes Se Rebelan.” *Apuntes de investigación del Cecyp* Número 2 (1998).  
<http://www.apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/issue/view/6>.
- Finucci Curi Matías. “Clientelismo Político En Argentina: Ser O No Ser Cliente.” *Revista Ariel*, Agosto de 2011. <https://arielenlinea.wordpress.com/2011/09/01/ariel-nro-8-082011/>.
- Franco, Restrepo, Vilma Liliana., and IPC, Instituto Popular de Capacitación, Poder Regional Y Proyecto Hegemónico. *El Caso de La Ciudad Metropolitana de Medellín Y Su Entorno Regional 1970-2000*. Instituto Popular de Capacitación -Ipc (De La Corporación de Promoción Popular). Medellín, Colombia, 2006.  
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/colombia/ipc/poderregional.pdf>.
- Freidenberg, Flavia. “La Política se fue de Fiesta. Estrategias Electorales, Clientelismo Político Y Organización Informal de Los Partidos En el nivel local en Ecuador.” *Revista Nueva Sociedad*, February 2010.
- Freidenberg, Flavia, and Universidad ANDINA SIMON BOLIVAR. *Jama, caleta y camello. Las estrategias de Abdalá Bucaram y del PRE para ganar las elecciones*. 2003. 1st ed. Vol. 52. Biblioteca de Ciencias Sociales. Quito, Ecuador: Corporación Editora Nacional, 2003.
- García Sánchez, Miguel. “¿Ciudadanía Avergonzada? Democracia Local y Construcción de Ciudadanía. El Caso de Las Juntas Administradoras Locales de Bogotá.” Universidad Nacional de Colombia Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales, n.d. (Biblioteca virtual de ciencias sociales de América Latina y el caribe, de la red de centros miembros de Clacso).  
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/1999/garcia.pdf>).

- Gordon Jorge P. "La sustentabilidad política del clientelismo: teoría y observaciones empíricas en América Latina." Documentos. Fundación CIDOB. Serie América Latina. Publicado en Barcelona, no. Numero 13 (July 2006): 5–30.
- Gutiérrez, Sanín, Francisco. ¿Lo que el viento se llevó? Los partidos Políticos y la democracia en Colombia 1958-2002. 1st ed. Bogotá. DC: Grupo Editorial Norma, 2007.
- Hoyos Gómez, Diana. "Evolución del Sistema De Partidos En Colombia 1972-2000. Una Mirada a nivel local y regional". Revista Análisis Político 55 (Agosto - Diciembre de 2005).
- Kitschelt Herbert & Wilkinson Steven. "Vínculos entre ciudadanos y políticos: una introducción." Documentos de Trabajo, October 9, 2012.
- Lozares Carlos. La Teoría de Redes sociales. Papers 48 (1996) Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Sociología. 103-126
- Máiz, Ramón. "El clientelismo de partido y la corrupción política" n.d.
- María, Vilas, Carlos. El Poder Y La Política. El Contrapunto Entre Razones Y Pasiones. 1st ed. Ciencias Políticas. Buenos Aires, Argentina: Biblos/ Politeia, 2013.
- Mark S. Granovetter, and Johns Hopkins University. "la fuerza de los vínculos débiles." American Journal of Sociology, 1973.
- Ocampo, Gloria Isabel. Poderes Regionales, Clientelismo y Estado. Etnografías del poder y la política en Córdoba. CINEP. Bogotá, Colombia. 2015
- Peralta María Inés. Las Estrategias Del Clientelismo Social. 1st ed. Ciencias Sociales. Buenos Aires, Argentina: Espacio, 2006.
- Pizarro Leongómez Eduardo. "La atomización partidista en Colombia: el fenómeno de las micro-empresas electorales". Kellogg Institute. Working Paper #292 – January 2002
- Santos, Rubiano, Diego Andrés. "Clientelismo y política pública: la movilidad de lo público a lo privado." Escuela Superior de Administración Pública Facultad de Postgrados Maestría Administración Pública, 2009.

- Schedler, Andreas. "El Voto Es Nuestro. Como los Ciudadanos Mexicanos Perciben El Clientelismo Electoral. 2004." *Revista Mexicana de Sociología*. Instituto de Investigaciones Sociales. Año 66. Número 1 (March 2004): 57–97.
- Schröter, Bárbara. "Clientelismo Político: ¿existe El Fantasma y Cómo se Viste?" *Revista Mexicana de Sociología* 72 Número 1 (March 2010): 141–75.
- Serrano Rubio Rocío. *No hay paraísos sino los perdidos. Historia de una red clientelista en Bogotá*. Bogotá: Universidad Nacional- IEPRI. Observatorio de Cultura Urbana, 2003.
- Torres Olarte, Diego Andrés. "Los partidos tienen el aval, nosotros los votos. Sobre cómo las redes de intermediación política desplazan a los partidos políticos. Elecciones para alcaldía municipal en los años 2007 y 2011 en Valparaíso, Antioquia." Universidad de Antioquia. Maestría en Ciencia Política. Instituto de Estudios Políticos, 2014.
- Uribe de Hincapié, María teresa. "Historia Política Y Región: Un Modelo Para Armar," Agosto-Diciembre 2002.
- Vommaro, Gabriel. "Diez años de ¿Favores por votos? El clientelismo como concepto y como etiqueta moral." In *Si éste no es el pueblo Hegemonía, populismo y democracia en Argentina, Primera.*, 194. Buenos Aires: Los Polvorines: Univ. Nacional de General Sarmiento: Instituto de Estudio y Capacitación. Federación Nacional de Docentes Universitarios, 2008.
- Vommaro, Gabriel, and Quirós, Julieta. "'Usted Vino Por Su Propia Decisión': Repensar El Clientelismo En Clave Etnográfica." *Desacatos*, May 2011.
- Zapata Osorno, Eucaris. "El Clientelismo político como mecanismo de intermediación para conseguir el Poder y permanecer en el. El Caso De Rionegro, 2000-2011." Universidad de Antioquia. Maestría en Ciencia Política. IEP, 2014.
- Zarazaga S. J., Rodrigo. "Los punteros como red de política social." *Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, September 2015.

### **Web grafía**

- Ocampo Madrid, Sergio "Guerra perdió la última batalla". *El Tiempo*. Com <http://www.eltiempo.com> Sección Información general (1998/03/15)

Guillermo Zuluaga. “El viejo Estilo de Guerra”. El Tiempo. Revista Bocas. (2017/04/20)  
<http://www.eltiempo.com/bocas/entrevista-con-el-politico-liberal-antioqueno-bernardo-guerra-serna-en-revista-bocas-79886>

“El indio Guerra”. Revista Semana.com (1982/06/14)  
<http://www.semana.com/perfil/articulo/el-indio-guerra/234-3>

“Tengo enemigos de clase”. Revista Semana.com Semana. com (1986/11/17).  
<http://www.semana.com/nacion/articulo/tengo-enemigos-de-clase/8275-3>

<http://www.elmundo.com/portal/resultados/detalles/> (2010/12/05)

### Listado de Entrevistas

1. Entrevista. Bernardo Guerra Serna. Septiembre de 2004. Medellín, Antioquia. IEP. UDEA. Realizada en el marco del proyecto Descentralización, cambio constitucional y transformación del sistema de partidos en Antioquia, 1988-2011” (2014 y 2015)
2. Entrevista. Bernardo Guerra Serna. Medellín, Antioquia. Telemedellín. 2012.
3. Entrevista. Armando Estrada. Medellín, Antioquia. Medellín, Antioquia. Agosto de 2004. Medellín, Antioquia. IEP. UDEA. Realizada en el marco del proyecto Descentralización, cambio constitucional y transformación del sistema de partidos en Antioquia, 1988-2011” (2014 y 2015).
4. Entrevista. Armando Estrada. Agosto de 2014. Bello, Antioquia. IEP. UDEA. Realizada en el marco del proyecto Descentralización, cambio constitucional y transformación del sistema de partidos en Antioquia, 1988-2011” (2014 y 2015).
5. Entrevista. María Eugenia Salas. Junio de 2006. Quimbaya, Quindío. Realizada en el marco del proyecto Partido liberal en Quimbaya Quindío. 1988-2004” (2006).
6. Entrevista. Bernardo Alejandro Guerra Hoyos. Medellín, Antioquia. Octubre de 2004. IEP. UDEA. Medellín, Antioquia. Realizada en el marco del proyecto “Partido liberal en Antioquia” (2004).

7. Entrevista. James Brito Peláez. Julio de 2006. Quimbaya, Quindío. Realizada en el marco del proyecto “Partido liberal en Quimbaya Quindío. 1988-2004” (2006).
8. Entrevista. Cesar Londoño. Julio de 2006. Quimbaya, Quindío. Realizada en el marco del proyecto “Partido liberal en Quimbaya Quindío. 1988-2004” (2006).
9. Entrevista. Mario Agudelo. Marzo 20 de 2015. Medellín, Antioquia. IEP. UDEA. Descentralización, cambio constitucional y transformación del sistema de partidos en Antioquia, 1988-2011” (2014 y 2015)
10. Entrevista. Oswaldo Cuadrado. Octubre 20 de 2014. Apartadó, Antioquia. IEP. UDEA. Descentralización, cambio constitucional y transformación del sistema de partidos en Antioquia, 1988-2011”(2014 y 2015)