

Colección
Maestría en
ciencia
Política

Clientelismo, elecciones y política local

El caso de Rionegro,
Antioquia, 2000-2011

Eucaris Zapata Osorno



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

Instituto de Estudios Políticos

Clientelismo, elecciones y política local

El caso de Rionegro, Antioquia, 2000-2011



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

Instituto de Estudios Políticos

Clientelismo, elecciones y política local

El caso de Rionegro, Antioquia,
2000-2011

Eucaris Zapata Osorno

Instituto de Estudios Políticos
Grupo Estudios Políticos
Colección Maestría en Ciencia Política



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

Instituto de Estudios Políticos

Colección Maestría en Ciencia Política
Clientelismo, elecciones y política local. El caso de Rionegro, Antioquia, 2000-2011
© Eucaris Zapata Osorno
© Instituto de Estudios Políticos-Universidad de Antioquia
ISBN: 978-958-5157-45-3
ISBNe: 978-958-5157-46-0

Primera edición: diciembre del 2020

Diseño y diagramación: Carolina Velásquez Valencia

Impresión y terminación: Imprenta Universidad de Antioquia

Impreso y hecho en Colombia / Printed and made in Colombia

Este libro se imprimió con recursos de la Estrategia de Sostenibilidad 2018-2019 del Grupo Estudios Políticos, Instituto de Estudios Políticos, financiada por el Comité para el Desarrollo de Investigación (CODI) de la Universidad de Antioquia.

La autora asume la responsabilidad por los derechos de autor y conexos contenidos en la obra, así como por la eventual información sensible publicada en ella.

Prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio o con cualquier propósito, sin la autorización escrita de la autora.

Imprenta Universidad de Antioquia
(574) 219 53 30
imprensa@udea.edu.co

Agradezco a Dios y a mis tres hijos:

A Julián David que me acompaña desde lo más alto,

A Juan Camilo y a Susana por su inmenso amor y constante apoyo.

Contenido

Tablas	xiii
Ilustraciones y gráficos	xiv
Agradecimiento	xv
Introducción	xvii
1. Contexto del municipio de Rionegro	1
1.1 Generalidades	1
1.2 Breve caracterización política del municipio	6
1.3 Algunos apuntes sobre el sistema electoral colombiano y su énfasis en lo local.....	10
2. La mirada teórica sobre clientelismo	15
2.1 Estudios teóricos sobre el clientelismo	16
<i>2.1.1 Sobre diferentes concepciones e interpretaciones</i>	<i>17</i>
<i>2.1.2 Las características o atributos del concepto.....</i>	<i>19</i>
<i>2.1.3 Estructura interna de una red clientelar: relaciones de poder.....</i>	<i>21</i>

2.1.4 Relaciones con el entorno	24
2.1.4.1 Relaciones basadas en el intercambio de recursos, tipos de intercambio	26
2.1.4.1.1 <i>Relaciones con la ciudadanía en general:</i> <i>clientelismo electoral y relacional</i>	26
2.1.4.1.2 <i>Relaciones en el escenario electoral</i>	29
2.1.4.1.3 <i>Relaciones con grupos políticos</i>	30
2.2 Sobre lo que se ha escrito en Colombia	31
2.2.1 <i>Un intento de periodización del clientelismo</i> <i>en Colombia</i>	32
2.2.2 <i>Algunos enfoques en los estudios de caso de Colombia</i>	36
2.2.3 <i>Sobre la relación patrón-cliente</i>	40
2.2.4 <i>Sobre relaciones e intercambios, ¿con quién</i> <i>y para qué?</i>	42
2.2.4.1 El ritual: estrategias de intercambio con la ciudadanía.....	43
2.2.4.1.1 <i>Nichos de clientelismo</i>	43
2.2.4.1.2 <i>Adaptación a entornos institucionales,</i> <i>sistema de oportunidades y alianzas</i>	44
3. Sobre la manera de abordar este trabajo	47
3.1 Enfoque cualitativo	47
3.1.1 <i>Estudio de caso</i>	47
3.1.2 <i>Sentido de la estrategia documental</i>	49
3.1.3 <i>Diseño de la investigación</i>	50
4. Clientelismo, elecciones y política local. El caso de Rionegro, 2000-2011	55
4.1 Estructura interna de la red	56
4.1.1 <i>Los actores de la red</i>	57

4.1.1.1 El jefe o patrón.....	57
4.1.1.1.1 <i>Una manera de empezar en la política, el inicio de la trayectoria</i>	58
4.1.1.1.2 <i>Hernán Ospina se hace visible como opción política</i>	63
4.1.1.1.3 <i>Un jefe que se posiciona</i>	67
4.1.1.2 Los intermediarios y los clientes	73
4.1.1.2.1 <i>Los dirigentes y los líderes de partido, una mini sociedad civil</i>	73
4.1.1.2.2 <i>Los comunales y el movimiento comunal</i>	82
4.1.1.2.3 <i>Los clientes y la expansión geográfica</i>	91
4.2 Relaciones de la red con el entorno	94
4.2.1 Relaciones basadas en el intercambio de recursos	94
4.2.1.1 Relaciones con la ciudadanía en general y el intercambio de recursos	95
4.2.1.1.1 <i>Intercambios durante la campaña política: clientelismo electoral</i>	95
4.2.1.1.2 <i>Recursos públicos en disputa y burocracia administrativa: clientelismo relacional</i>	108
4.2.2 Relaciones en el escenario electoral	117
4.2.2.1 Desempeño electoral de Hernán Ospina y su posicionamiento como jefe	120
4.2.2.1.1 <i>Elecciones, 2000</i>	120
4.2.2.1.2 <i>Elecciones, 2003</i>	121
4.2.2.1.3 <i>Elecciones, 2007</i>	123
4.2.2.1.4 <i>Elecciones, 2011</i>	125
4.2.2.2 Índices de fragmentación y competencia, candidatos a la alcaldía	127
4.2.2.3 Relaciones con otros grupos políticos, coaliciones....	130

4.2.2.3.1 Elecciones, 2000	132
4.2.2.3.2 Elecciones, 2003	134
4.2.2.3.3 Elecciones, 2007	137
4.2.2.3.4 Elecciones, 2011	139
4.2.2.3.5 El escenario electoral: rotación partidista	141
Conclusiones	145
Referencias bibliográficas	151

Tablas

Tabla 1. Evolución de la población y diferencia según censos	4
Tabla 2. Matriz categorial ajustada.....	52
Tabla 3. Expansión geográfica de electores	93
Tabla 4. Variación del potencial electoral entre 2000 y 2011	108
Tabla 5. Cargos en diferentes niveles, Administración Municipal.....	113
Tabla 6. Partidos y movimientos políticos que han alcanzado representación para alcaldía y concejo en las elecciones dadas entre el 2000 y el 2011.....	117
Tabla 7. Resultados electorales, candidatos a la alcaldía, 2000	119
Tabla 8. Resultados electorales, candidatos a la alcaldía, 2003	122
Tabla 9. Resultados electorales, candidatos a la alcaldía, 2007	124
Tabla 10. Resultados electorales, candidatos a la alcaldía, 2011	126
Tabla 11. Fragmentación y competencia en elecciones para alcalde	128
Tabla 12. Concejales electos, 2000	132
Tabla 13. Concejales electos, 2003	134
Tabla 14. Concejales electos, 2007	137
Tabla 15. Concejales electos, 2011	139

Ilustraciones y gráfico

Ilustración 1. Estructura de la red: preconfiguración	87
Ilustración 2. Estructura de la red: configuración	88
Ilustración 3. Estructura de la red: nueva configuración	89
Ilustración 4. Estructura de la red: reconfiguración.....	90
Gráfico 1. Fragmentación y competencia	128

Agradecimiento

Gracias al Instituto de Estudios Políticos de la Universidad de Antioquia y a todos aquellos quienes apoyaron esta investigación con sus orientaciones teóricas y metodológicas; gracias a quienes atendieron mi solicitud y ofrecieron sus valiosos testimonios durante aquellas largas o cortas entrevistas que enriquecieron este trabajo, y a quienes proporcionaron informes y documentos que aportaron datos significativos para esta investigación: al ex-alcalde y a la primera dama de la época, y en general a todos aquellos líderes políticos, exalcaldes, exconcejales y concejales del momento; a los líderes comunales, profesionales y ciudadanos en general, quienes amablemente se esforzaron en recordar hechos, fechas y actores claves en la dinámica política de este municipio.

A Dios, el agradecimiento más grande por la nueva oportunidad de vida.

A todos, mil gracias.

Introducción

La historia política de la Ciudad Santiago de Arma de Rionegro, ha mostrado que la filiación político-partidista de los rionegreros ha sido Liberal, parte de su identidad política y cultural, pues en Colombia y en Antioquia, siempre se destacó como uno de los únicos fortines liberales del siglo XIX hasta bien avanzado el siglo XX. A finales de la década del 1970, en Rionegro como en el resto del país, se hacen evidentes cambios importantes de las viejas a las nuevas formas de representación política, y aunque empieza a hacerse visible el fraccionamiento del partido, el control político en el municipio sigue en manos del liberalismo. Hacia finales de la década de 1980, surge un nuevo sector del liberalismo que dinamiza la vida política de los rionegreros y coincide con el inicio del proceso de descentralización del país.

Así, a partir de algunos de esos procesos, como la elección popular de alcaldes, la apertura de nuevos espacios de participación política con la Constitución de 1991 y algunas reformas institucionales, empiezan a ser visibles nuevos *liderazgos y cambios en las prácticas políticas*,¹ aun en aquellas llamadas *prácticas clientelistas*. El municipio

1 El formato de cursiva en fragmentos del texto, son resaltados propios e intencionados.

de Rionegro, no ha sido ajeno a esas prácticas, que comúnmente se desarrollan durante las contiendas electorales para la elección de alcaldes y concejales, en las que se hacen visibles personajes, líderes e intermediarios que conforman grupos para trabajar en red al poner en práctica una serie de estrategias y mecanismos con el fin de conseguir el poder político local y, más aún, de permanecer en él, sin que ello signifique corrupción.

Ante ese panorama, surge el interés por investigar el asunto del *clientelismo*² en este municipio, exactamente, desde el inicio del nuevo siglo. Por un lado, porque el municipio de Rionegro, aparte de su particular historia política, presenta desde hace varias décadas un gran dinamismo en su desarrollo, que lo ha consolidado como capital y eje del desarrollo de la subregión del Oriente Antioqueño; y al ser prestador de bienes y servicios, se ha convertido en apoyo para aquellos que se ofrecen en Medellín, capital del departamento, y en el resto de su Área Metropolitana; esto debido a la cercanía geográfica (30 a 40 minutos por carretera con gran facilidad de acceso). Este factor ha hecho de Rionegro un bastión importante para las dinámicas de los partidos políticos, especialmente para el Partido Liberal que allí se ha presentado más estructurado que en otros municipios; además, Medellín en su estructura política ha tenido influencia y contactos políticos directos y formales con Rionegro. Por otro lado, es de interés estudiar este fenómeno en este municipio, porque dentro de las dinámicas electorales del nuevo siglo, de manera constante, han estado presentes nombres de líderes políticos, como el de Hernán Ospina, quien ha logrado conseguir o llegar a la mayor posición política local en dos oportunidades, demostrando su permanencia en el poder político local.

El ***problema*** de esta investigación gira en torno a la ***pregunta*** relacionada con el *clientelismo para las elecciones en la política local*, de la cual surgieron otras relacionadas con la forma cómo se va

.....
2 El formato de negrita en fragmentos del texto, son resaltados propios e intencionados.

configurando la estructura de la red clientelar y sus niveles de organización; los integrantes de la red, las relaciones de la red con el entorno; así como las alianzas y coaliciones con partidos y movimientos políticos locales; todo lo cual se traduce en intercambios. Lo anterior se conjuga y de ello surge el **tema** sobre el cual escribir: clientelismo, elecciones y política local. El caso de Rionegro.

Este texto se apoya, sobre todo, en una **metodología** con *enfoque cualitativo*; con la revisión documental y el estudio de caso como *estrategias de investigación*, y en menor medida se recurre al enfoque cuantitativo para analizar algunos datos electorales.

El presente libro se estructura en **cuatro capítulos**. El primero, ubica al lector en el *contexto del municipio*. Primero, se hace referencia al protagonismo del municipio como centro subregional del Oriente Antioqueño, debido a su desarrollo económico y a sus dinámicas poblacionales desde la década de 1960 hasta el nuevo siglo; situaciones que lo han convertido en ciudad intermedia con funciones económicas, sociales y de servicios para la subregión. Se finaliza con una breve caracterización política de un municipio de tradición liberal, y con los cambios de su filiación partidista generados desde antes la década 1990, siendo anteriormente una colectividad política predominante.

En el segundo capítulo el lector se encuentra con la *mirada teórica sobre el clientelismo*. Allí se presentan tres apartados: el primero alude a los estudios teóricos sobre clientelismo, cuyo contenido comprende: concepciones, características, estructura interna de la red y relaciones con el entorno. El segundo, hace alusión a un balance sobre lo que se ha escrito en Colombia respecto a las transformaciones del clientelismo, desde el tradicional hasta el de mercado, y a los hallazgos en algunos estudios de caso en Colombia. En un tercer apartado, se integran ideas de varios autores, como síntesis de los estudios teóricos aportados por la literatura sobre el tema.

En el tercer capítulo, se describe *la manera cómo se abordó este trabajo*; se exponen las *estrategias de investigación* y las *técnicas*: *el*

análisis de contenido y la entrevista como técnica conversacional; se describen los componentes del diseño de investigación, y se presenta una *matriz* que recoge las categorías de análisis para ser operacionalizadas en el estudio de caso.

En el cuarto capítulo el lector se encuentra de frente con los *hallazgos del trabajo de campo*. El primer apartado hace alusión a los *actores*. Primero, se centra en el jefe y en el inicio de su trayectoria política, en la forma de hacerse visible como opción política al lado de otros líderes, y en su posicionamiento como jefe político local o líder popular del municipio. Posteriormente se encuentra a los intermediarios y clientes, y a su expansión geográfica; luego, se va mostrando la preconfiguración, configuración y reconfiguración de la estructura de la red, según periodos electorales. El segundo apartado, se refiere a las *relaciones de la red con el entorno*, basadas en el intercambio de recursos materiales e inmateriales. Primero, se tratan las relaciones con la ciudadanía en general, y se muestran las estrategias y modalidades de intercambio en periodos de corta y larga duración, bajo el clientelismo electoral y el clientelismo relacional. En el tercer apartado, se aprecia *el escenario electoral*, primero, se muestra el desempeño electoral del candidato a la alcaldía según periodos hasta posicionarse como jefe político local, desempeño que se complementa con un análisis de los índices de fragmentación y competencia. El capítulo termina al abordar las relaciones de la red con diferentes grupos políticos en cuanto a coaliciones o alianzas durante épocas electorales.

Finalmente, el lector se encuentra con las *conclusiones*, en las cuales se confirma que el clientelismo es el mecanismo de intermediación en las elecciones de la política local, y se señala que la relación “patrón-cliente” pervive, aunque de manera diferente, a pesar de las reformas descentralizadoras y del nuevo espíritu de la Constitución 1991. Además, facilita la comprensión del ejercicio de la política en Antioquia y Colombia, de su sistema político, de las redes clientelares y se comprende el fortalecimiento de líderes locales, quienes, a partir de los nuevos

espacios de participación, han logrado independencia de las tradicionales jerarquías clientelistas.

Uno de los elementos que aporta este trabajo, es el asunto de la expansión geográfica como apropiación del territorio, donde se da negociación de liderazgo, recursos y poder y se resalta el vínculo entre líderes locales y sus comunidades, por medio de estrategias como el *obrismo*,³ o *cemento y territorio*,⁴ lo cual puede leerse como garantía para permanecer en el poder. Otro elemento que se aporta es el de la *diferenciación de los tipos de clientelismo según el momento y la duración*, ya sean bienes materiales o inmateriales, con lo que se logra una aproximación a *las formas de clientelismo en el ámbito local*.

Para terminar se advierte que, a partir de la idea generalizada que se ha dado en la literatura sobre la *intermediación de intereses como dimensión de la representación política* y sobre el *clientelismo como mecanismo de intermediación*, este trabajo ‘no muestra al clientelismo como un hecho de corrupción’; se reconoce más bien que es *una de las formas en que se entretejen vínculos entre el personal político y su electorado*, y se entiende que ha sido un concepto útil y funcional para el análisis de la política local, para entender la lógica predominante en la competencia por el poder en las elecciones, una *forma de intermediación política*.

3 En el trabajo de Muñoz (2014) y en la literatura que esta autora sigue, el obrismo (pork barrel) es concebido como una estrategia particularista, y no como clientelismo. Muñoz Paula (2014): en proceso de publicación, Lima: Jurado Nacional de Elecciones/Instituto de Estudios Peruanos (Síntesis de ideas desarrolladas).

4 Es llamado cemento y territorio, en otros estudios de caso, como en el de Arenas y Echeverri, 2007.

CAPÍTULO 1

Contexto del municipio de Rionegro

1.1 Generalidades



Fuente: POT, Municipio de Rionegro, documento en construcción, 2009.

La Ciudad de Santiago de Arma de Rionegro, en el departamento de Antioquia, está ubicada en la Subregión del Oriente Antioqueño,⁵ en la zona del Altiplano o Valle de San Nicolás.⁶ Su altitud sobre el nivel del mar (cabecera) es de 2130 metros,⁷ su extensión de 198 Kms² y su temperatura de 17°C aproximadamente; dista de Medellín, la capital del departamento de Antioquia, a 45 Kms. Limita al norte con los municipios de Guarne y San Vicente, al oriente con Marinilla y El Carmen de Viboral, al occidente con Envigado, Medellín y El Retiro y al sur con La Ceja del Tambo.

El municipio de Rionegro ha sido un lugar importante en el desarrollo económico del Oriente Antioqueño.⁸ Para las décadas de 1960 y 1970, se instalan varias industrias textiles del sector privado, lo que constituye un punto de partida para explicar la

-
- 5 Esta Subregión está compuesta por 23 municipios, es la segunda subregión más importante del departamento en términos de crecimiento económico. Está conformada por 4 zonas, Altiplano o Valle de San Nicolás, Embalses, Páramo y Bosques. En el mapa corresponde al color verde oscuro.
 - 6 Es la principal zona de la subregión en términos de su ubicación estratégica, desarrollo económico en cuanto a actividades industriales, agropecuarias, de comercio y servicios; además de su crecimiento poblacional. Rionegro es el municipio con mayor dinamismo en la subregión y en la zona del Altiplano. En el mapa el altiplano corresponde al color naranja y Rionegro al color verde claro.
 - 7 Página oficial alcaldía Rionegro. Disponible en: <http://www.rionegro.gov.co/datos-del-Municipio-de-Rionegro>
 - 8 Su actividad económica inicia con actividades mineras, agrícolas, comerciales y de pequeños talleres industriales de tipo artesanal. Un ejemplo de la actividad industrial fue lo fabricado en la Casa de la Maestranza (maquinaria para la Casa de la moneda de Medellín y armamento para las guerras de independencia). Años más tarde, la fábrica de cerámicas y de textiles. Simultáneamente con estas actividades económicas se inició la historia bancaria de la región, siendo Rionegro pionero en esta actividad. Estas actividades constituyeron ejes importantes por el gran impulso dado a la actividad comercial que llegó a controlar ese sector a nivel departamental. Desde la última década del siglo XIX, hasta las tres primeras del siglo XX, Rionegro perdió el control de la actividad comercial en toda la región, debido al surgimiento de nuevas competencias económicas desde municipios como Sonsón y Medellín. Esta situación condujo a cambios importantes para sus pobladores, quienes se dedicaron a la agricultura de alimentos y materias primas para abastecer las nacientes industrias de Medellín. Esta situación hizo que muchos rionegreros se fueran a Medellín a buscar un mejor futuro empleándose en diferentes empresas. En: INER (1990), "Rionegro, colección de estudios de localidades".

situación actual del municipio en relación con la vida económica y social.⁹ En el decenio de 1980, después de una crisis económica vivida en el ámbito nacional y de su superación en la década siguiente, para la primera década del siglo XXI, según reporte del DANE (2005), se halló que la mayor actividad fue la comercial, seguida de la prestación de servicios educativos, de salud, y de turismo. El número de empresas creció en un 34,3% entre 2003 y 2004.

Hoy se destaca el optimismo empresarial asociado al desarrollo y crecimiento económico con actividades agrícolas, especialmente las relacionadas con la floricultura; los servicios comunitarios y las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler; la actividad industrial asociada a la manufactura; la comercial a la financiera y a los servicios. Rionegro se articula cada día más con las exportaciones, lo cual se ha facilitado con la presencia del Aeropuerto José María Córdova y de la Zona Franca,¹⁰ y con el papel que cumplen entidades ligadas a la industria y al comercio regional.¹¹ Es de notar que este desarrollo va de la mano de un crecimiento desordenado de la ciudad en el ámbito urbanístico y un incremento desmedido en la demanda de prestación de servicios públicos. Este dinamismo se acompaña del aumento significativo de su población, especialmente, a partir del decenio de 1960, cuya evolución fue la siguiente:

-
- 9 Surge una masa considerable de trabajadores y se acelera el proceso de urbanización del municipio. Este desarrollo es motivado por las expectativas generadas a partir de la construcción de la autopista Medellín-Bogotá, cambios en el uso del suelo, la migración campesina, el aumento de bienes y servicios en la cabecera municipal, el desestímulo a la producción agrícola y con ello, la proletarianización de los campesinos, quienes se convirtieron en trabajadores de fincas de recreo y en obreros de la gran factoría textilera; de ahí que, gran parte del campesinado se desplazó al centro urbano, superando en número a la población rural.
 - 10 Uno de los efectos positivos de estas infraestructuras, fue que se dio reconocimiento del Altiplano o Valle de San Nicolás a nivel nacional e internacional, integró mano de obra de la región y permitió mayor desarrollo económico y urbanístico para el municipio, aspectos que generaron otros efectos de índole económica y social.
 - 11 Entidades como Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, la CEO, CORNARE, MASORA; estas dos últimas, con objetivos de planificación regional con énfasis en la dimensión ambiental y desarrollo integrado de los municipios de la Subregión.

Tabla 1. Evolución de la población y diferencia según censos

Año Censo	Población Total	Población Urbana	Población Rural	Incremento Absoluto Pobl. Total	Incremento Absoluto Censo Urbano	Incremento Absoluto Censo Rural
1964	31.378	12.844	18.534			
1973	43.316	23.639	19.677	11.938	10.795	1.143
1985	59.640	30.835	28.805	16.324	7.196	9.128
1993	75.467	46.201	29.266	15.827	15.366	461
2005	101.046	65.101	35.945	25.579	18.900	6.679

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial (POT),
Municipio de Rionegro, documento en construcción, 2009.

La dinámica poblacional ha sido influenciada por la inmigración de gentes de todas las latitudes del país, especialmente del Valle de Aburrá y del Oriente Antioqueño. Los primeros, instalados por lo general por razones económicas ligadas al comercio y a la industria, y los segundos, en su mayoría, por razones de desplazamiento forzado a causa de la violencia¹² desde finales del siglo anterior y comienzos del siglo actual, configurándose núcleos poblacionales importantes, entre propios y extraños. A esto se agrega que la proyección poblacional estimada por el DANE para el 2011 fue de 116.923 habitantes, distribuidos porcentualmente en un 66.09% para la zona urbana y un 33.91% para la zona rural,¹³ que entre 2005 y 2011 aumentó más de un 24%, debido al dinamismo presentado.

-
- 12 Los grupos poblacionales en situación de desplazamiento forzado, provienen en su mayoría del oriente antioqueño, especialmente de municipios expulsores como San Francisco y Cocorná. Esto como resultado de las dinámicas de la violencia por conflicto armado, fenómeno que ha propiciado el abandono de tierras y que cantidad de desplazados se instalen en municipios como Rionegro, primer municipio receptor de la zona.
- 13 Un dato demográfico según censos y periodos electorales es el siguiente: En 1993, la población de Rionegro fue de 75.467, en 2003 de 90.000 aproximadamente, en el censo del 2005 se registraron 101.046 habitantes; para el 2007 la proyección estimada fue de 104.453 habitantes, y para el 2011, último periodo electoral, la población estimada fue de 112.304 habitantes. Datos que se traducen en capital electoral.

De lo anterior se infiere que la sociedad rionegrera es diferente a la de anteriores décadas y como resultado de su dinamismo económico se han transformado varios grupos sociales y otros han surgido: la clase obrera aumentó, el campesinado cambió, la población urbana creció, igual que sectores medios de empleados y comerciantes, se instaló una nueva clase empresarial y creció la burocracia. La nueva estructura social, aunque no presenta una estratificación definida, tiene una sociedad diferenciada, y su identidad, tradiciones y sentido de pertenencia se han debilitado (INER, 1990). En suma, las transformaciones han hecho de Rionegro una ciudad intermedia con una estructura social compleja.

Rionegro es hoy ciudad intermedia,¹⁴ capital del Valle de San Nicolás y del Oriente Antioqueño, tiene funciones económicas, sociales y de servicios que desbordan la territorialidad local para convertirse en centro subregional o epicentro de la industria y el comercio (INER, 1990)¹⁵ de bienes y servicios especializados y administrativos, ya que dispone de una moderna infraestructura vial y de equipamientos suficientes, que complementan los servicios prestados en Medellín y en el resto del Área Metropolitana: Aeropuerto Internacional José María Córdova, la Zona Franca, el Hospital San Vicente de Paul y la Clínica Somer, equipamientos y oferta educativa del nivel superior con instituciones públicas y privadas como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el Politécnico Jaime Isaza Cadavid, Escuela de Administración y Finanzas (EAFIT) y la Universidad Católica de Oriente (UCO); modernas instalaciones deportivas para la competencias locales e internacionales. La ciudad de Rionegro es vista como centro potencial del desarrollo económico en diferentes campos, debido

14 El concepto de ciudad intermedia ha sido utilizado para designar aglomeraciones urbanas menores, más pequeñas que las metrópolis, y también pueblos que están viviendo rápidos procesos de crecimiento.

15 Ya en 1885, se había creado el Departamento de Oriente con Rionegro como capital, formado por los distritos de otras subregiones diferentes al Valle de San Nicolás. Rionegro ha sido históricamente el principal centro comercial del oriente antioqueño. Por esta razón, las comunicaciones de la región se desarrollaron con mayor intensidad a través de Rionegro.

al aumento de la actividad constructora comercial y residencial, y al traslado y asentamiento de importantes industrias que han favorecido el dinamismo económico y social en la región. Por sus condiciones socioculturales, económicas y políticas, Rionegro se convierte en un municipio atractivo para propios y extraños que logran radicarse en esta Hidalga Ciudad Santiago de Arma de Rionegro.

Todos estos factores se han conjugado para exigirle al municipio cambios en su planeación territorial y administrativa, lo cual le ha dado un nuevo perfil político que ha venido cambiando al ritmo de las transformaciones políticas del departamento y la nación. Estos fenómenos socioeconómicos han producido consecuencias políticas como las observadas en las elecciones populares de alcaldes, en el surgimiento de grupos políticos con intereses electorales, amparados a la sombra de movimientos cívicos y comunitarios. Esto es una muestra de cómo se relacionan fenómenos económicos, sociales y políticos que ayudan a explicar las nuevas dinámicas políticas de los últimos años.

1.2 Breve caracterización política del municipio

De acuerdo a la historia política y con los datos de los resultados electorales desde la primera década del siglo XX,¹⁶ *el Partido Liberal, ha sido el partido de los rionegreros*, parte constitutiva de su historia¹⁷ y

16 Según fuente de la Registraduría Nacional, los datos de resultados electorales de Rionegro entre 1918 y 1986 diferenciados por partidos, evidencian la identidad liberal de su pueblo. En: INER (1990: 62).

17 Desde la época colonial y durante las guerras de independencia, los habitantes de Rionegro y del oriente se organizaron para defender sus intereses. La rebelión de Córdoba a finales de la década del 20, siglo XIX, fue de gran importancia para la historia política del Oriente Antioqueño, porque dio lugar a elementos de definición política, ya que los comerciantes de Rionegro en su anti-bolivarianismo (llamados liberales) eran opuestos al conservatismo de Marinilla. Más tarde durante la Guerra de los Supremos en 1840 se forma un grupo de liberales que pareció haber desaparecido, pero luego en 1845 vuelve a reafirmarse este partido en Rionegro. A pesar de que los liberales de Rionegro eran considerados ateos, masones, negros y no tradicionales, su pueblo se ha preciado de ser religioso. En la década del 60 de ese siglo, durante el gobierno de Tomás

elemento de su identidad política y cultural.¹⁸ La reconstrucción de esa historia muestra las preferencias liberales de sus pobladores¹⁹ y permite observar algunos *cambios importantes en la representatividad* de las viejas a las nuevas formas políticas que se han desenvuelto en la localidad desde las últimas décadas del siglo XX: en la década de 1960 el concejo estuvo controlado por el Partido Liberal, en la de 1970 irrumpió la Anapo Liberal y Conservadora, y se dio el reemplazo de la vieja élite tradicional por sectores nuevos que empezaron a controlar la vida municipal: “Esa plaza roja que inspiró los más sonados discursos de los líderes liberales del país, se fue menguando precisamente por la llegada de otras tendencias partidistas que no propiamente seguían las orientaciones de dicho sector político” (Tobón y Bernal, 1999, p. 63). Según el INER (1990), a partir de 1976 se presenta fraccionamiento de los partidos en el concejo, y los viejos y nuevos grupos se ven divididos en la contienda electoral. En general, el comportamiento de la votación siempre tuvo niveles bajos de *volatilidad* y su sistema político local se *congeló* en una distribución de preferencias que siempre ofreció ventajas a los candidatos liberales, pues sus alcaldes siempre fueron de ese partido en medio de la tradicional lógica de intermediación clientelar, sostenida por el dominio bipartidista a nivel nacional sin ninguna posibilidad de cambio.

Cipriano de Mosquera aliado con los liberales, se redactó la Constitución de Rionegro con la que dio soberanía a los Estados Federales, limitó los poderes del Estado Central y otorgó mayores atribuciones a los liberales antioqueños. La jurisdicción de Rionegro estuvo supeditada a los cambios políticos originados en las guerras civiles del siglo XIX.

- 18 Según referencia Patricia Pinzón de Lewin (1989), “la tesis de la formación de la afiliación partidista [...] sugiere la intervención de otro factor: la herencia familiar. [...] las teorías de la socialización política señalan los patrones familiares como una de las fuentes donde los individuos adquieren actitudes políticas. La identificación política transmitida de padres a hijos, forma parte del proceso”. En INER, 1990: p.65).
- 19 Patricia Pinzón de Lewin (1989: 79, 99-101), presenta en la tabla resumen el comportamiento electoral de los municipios, datos de la filiación hegemónica liberal en Rionegro por periodos: 1931-1949; durante el Frente Nacional; 1972-1982; 1931-1982, y 1984. Los tres primeros datos también los presenta en mapas “Regionalización electoral UNIANDES-CIDER” con sus respectivas convenciones indicadoras de la hegemonía del liberalismo.

Las fuerzas sociales estrictamente locales han constituido un grupo de control político que ha dinamizado la vida política. Hasta finales de la década de 1980, el control electoral sigue en manos del Partido Liberal, pero con un ‘nuevo sector’ social y económico ligado al modelo clientelista en cargos públicos y en coaliciones en el Concejo Municipal. En la década de 1990, los partidos sufrieron fraccionamiento; del bipartidismo se pasó a la atomización partidista o lo que Alfonso López Michelsen llamó *Operación Avispa*, que se vivió en todo el país. Hasta finales de la década, el Partido Liberal con sus diferentes, directorios locales apareció como la institución política predominante y a través de ellos las fuerzas sociales con mayor poder en Rionegro ejercieron control político y dinamizaron la vida política del municipio.

La información electoral del nuevo siglo muestra la no permanencia del Partido Liberal unificado como colectividad política antes predominante; evidencia la presencia de transformaciones en la vida electoral determinadas, aparte de las reformas constitucionales y políticas, por las diferentes coaliciones políticas y por el impacto de la industrialización, la urbanización y el tránsito que se dio de pueblo a ciudad intermedia. La migración de pobladores de otros municipios del oriente, incidió en el aumento del potencial electoral y, con ello, en la votación hacia *otras tendencias políticas* con la correspondiente dificultad de inscribir a los nuevos pobladores en las estructuras locales de poder, lo cual dio un nuevo giro a las prácticas clientelistas, con la consecuente fragmentación del Partido Liberal, situación dada en todo el país como efecto de las reformas políticas.

En este sentido, hay que destacar un testimonio: “el mito de que Rionegro es liberal, eso ya no, porque Rionegro con solo el barrio El Porvenir tiene más de 30.000 personas, de las cuales el 90% proviene del oriente y la mayoría son conservadores [...]” (Tobón y Bernal, 1999, p. 63). Este gran barrio, conforma hoy la Comuna Occidental y reúne alrededor de 40.000 habitantes. Este dato, junto con los cambios hacia el multipartidismo, pone en tela

de juicio la adscripción liberal de los rionegreros. Como lo advierte Gutiérrez (2007, p. 461) cuando dice: “si bien el sistema de partidos se debilitó gradualmente hasta el 2002, [...] ya no se puede hablar de bipartidismo en Colombia, ni de predominio de las fuerzas tradicionales”. En este municipio como en los demás municipios de Colombia, se ha estado pasando de un sistema bipartidista a uno multipartidista, dinamismo político que ha generado cambios en la identidad partidista de los ciudadanos, quienes en ocasiones han abandonado su adscripción a los partidos tradicionales para pasar generalmente a partidos transicionales procedentes de coaliciones de raíz predominantemente liberal.

En este contexto político es necesario hacer referencia a la organización comunitaria que actualmente interviene fuertemente en la política local: la comunidad rionegrera se encuentra organizada en torno a las Juntas de Acción Comunal (JAC)²⁰ congregadas en la Asocomunal,²¹ las Juntas Administradoras Locales (JAL),²² así como otros grupos cívicos²³ y sociales organizados.²⁴ Entre los campesinos, la organización comunal es fuerte, influenciada por la política partidista y es un medio de expresión propio para dar solución

20 Para 2011 se cuenta con 64 JAC, entre rurales y urbanas y Juntas de Vivienda Comunitaria.

21 La ASOCOMUNAL ha desempeñado un papel fuerte en el apoyo a la Administración Municipal, de manera especial por medio de la emisora comunitaria.

22 El municipio cuenta con dos JAL: sector rural sur o Corregimiento Sur y la JAL de la Comuna Occidental que congrega las etapas del barrio El Porvenir (de la primera a la octava), que actualmente reúne aproximadamente 40.000 habitantes.

23 El Movimiento Cívico ha intentado articular al campesinado y a los obreros, además de comprometer a otros sectores de la población para buscar alternativas, lo que ha significado la necesidad de ligarse a procesos políticos como la elección popular de alcaldes, rompiendo con las redes de poder local o articulándose a ellas. Las formas organizativas tuvieron origen en las Asambleas Generales de los municipios a comienzos de la década de los 80. Los comités conformados han constituido la dirección de los movimientos cívicos por la defensa municipal, representan los intereses de la población. El potencial transformador de estos movimientos ha sido de carácter cívico, social y cultural. Su acción no va dirigida directamente contra las estructuras de poder, intentan superar la exclusión y falta de participación en las instituciones que las representan. Se han insertado en las estructuras políticas locales. En INER (1990: 67).

24 Se cuenta con grupos de: mujeres, jóvenes, tercera edad y cabildo mayor, ambientalistas, artísticos y culturales, vigías de la salud, deportivos, entre otros.

a las necesidades más sentidas de la comunidad. El campesinado rionegrero dista de estar marginado y ajeno a los debates políticos. Aquí hay poca diferenciación entre campo y ciudad, quizá porque las veredas están bien comunicadas con la cabecera y porque el grado de organización les ha permitido una clara visión de su fuerza electoral y posibilidad de participación política. Entre los habitantes de la zona urbana la organización comunitaria también es fuerte, aunque muchos no se incluyan en ellas, sino que trabajan directamente con algunos liderazgos políticos.

Finalmente se anota que la filiación partidista de los alcaldes elegidos desde 1988, a pesar del proceso de descentralización y de la misma migración procedente de otros municipios, continuó siendo *liberal* o de *coaliciones de esta raíz*.

1.3 Algunos apuntes sobre el sistema electoral colombiano y su énfasis en lo local

En Colombia se han dado varias reformas políticas; se tiene una legislación electoral aplicable a elecciones del nivel nacional, regional y local (Ley 130 de 1994, Ley 616 de 2000; Reformas Políticas de 2003 y 2009 con su Ley Estatutaria que las reglamenta).

En relación con los cambios normativos generados en el sistema de partidos colombiano a partir de 1986,²⁵ el punto de inflexión fundamental es la introducción de la Elección Popular de Alcaldes (EPA) como un importante cambio en las reglas del juego político que resignificó la política municipal como escenario para los juegos partidistas desde 1988 (Arenas y Escobar, 2012). Antes de la puesta en marcha la EPA, el cargo de Alcalde era objeto de designación por parte de la autoridad departamental y respondía a las lógicas de distribución de los recursos burocráticos de que disponían los políticos nacionales y regionales. Luego se promulgó

.....
25 Se dio el proceso de Descentralización Administrativa, Política y Fiscal

la Constitución Política de Colombia en 1991;²⁶ posteriormente, la Ley 130 de 1994²⁷ que dictó el Estatuto Básico de los Partidos y Movimientos Políticos, les reconoció personería jurídica, los obligó a darse sus estatutos, y reglamentó su financiación estatal y privada; lo cierto es que dio lugar a la multiplicación viciosa de organizaciones políticas. La Ley 616 de 2000, ordenó a la Organización Electoral colaborar con la realización de consultas internas de los partidos y movimientos con personería jurídica, para escoger candidatos y tomar decisiones respecto a su organización interna o variación de sus estatutos.

De otra parte, el Acto Legislativo N°01 de 2003, introdujo importantes cambios desde el punto de vista electoral con la denominada *Reforma Política*, que implementó un nuevo instrumento de asignación de curules diferente del cociente electoral del sistema electoral anterior, en la medida que los integrantes de las corporaciones públicas de elección popular alcanzaban su escaño al obtener un cociente o un mayor residuo.

Con esta *Reforma Política de 2003* se implementó la *cifra repartidora*,²⁸ que de forma conjunta con el *umbral* tienen como fin garantizar la equitativa representación de los partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos. “Las curules de las corporaciones públicas se distribuirán mediante el sistema de cifra repartidora entre las listas de candidatos que superen un mínimo de votos que no podrá ser inferior al 2% de los sufragados para Senado de la República o al 50% del cociente electoral en el caso de las demás corporaciones, conforme lo establezca la Constitución

26 A nivel electoral trae los siguientes cambios: postulación de candidatos por medio de avales (apoyo de un partido o candidato); creación de partidos con solo 50.000 firmas de ciudadanos; se prohibía la doble militancia; y la elección popular de alcaldes y de gobernadores desde este año.

27 http://www3.terra.com.co/elecciones_2007/articulo/html/vbe206.htm

28 Para asignar curules de manera proporcional a la votación obtenida por los distintos partidos o movimientos políticos e independientes, al permitir la utilización de una variante del Método D'Hondt, la cual ha sido adoptada en diversos países latinoamericanos.

y la Ley”.²⁹ La cifra repartidora se aplica únicamente a aquellos partidos o movimientos que superen el umbral exigido,³⁰ el cual para corporaciones como los concejos, corresponde a la mitad del cociente electoral que es el número que resulta de dividir el total de votos válidos entre el número de puestos por proveer. Si ninguna de las listas supera el umbral, se les aplicará a todas la cifra repartidora. En general, la Reforma Política de 2003, introdujo varias modificaciones, la mayoría orientadas a contrarrestar la atomización electoral y la desorganización de los partidos.

La *Reforma Política de 2009*, contiene normas relacionadas con la prohibición del cambio de partido y, con ello, con el transfuguismo político; autoriza consultas intra-partidistas; se sube el umbral, pues la personería se obtiene con el 3% de votos válidos en elecciones de Cámara de Representantes y Senado; el voto en blanco para elecciones uninominales tendrá validez no solo simbólica; el voto nominal y público en cuerpos colegiados.

Uno de los asuntos más importantes que regula la *Ley Estatutaria* que reglamenta las reformas de 2003 y 2009, es la prohibición de la doble militancia; se incurre en ella en estos casos: pertenencia a dos organizaciones políticas; apoyo a candidatos inscritos por otras organizaciones políticas por parte de miembros de un partido político (PP) o movimiento político (MP) que ocupen cargos de: dirección, gobierno, administración, control; que sean elegidos como candidatos a cargos o corporaciones de elección popular; candidatos electos que no renuncien 12 meses antes del primer día de inscripciones para aspirar a un cargo por otro PP o MP; y directivos de estos grupos que no renuncian 12 meses antes de

29 Se encuentra descrito en el Artículo 263 de la Constitución Política, modificado por el Artículo 12 del Acto Legislativo 01 de julio 3 de 2003.

30 En el cálculo del umbral, se contabilizan los votos válidos, como lo sostuvo el artículo 14 del Reglamento 01 de 2003, expedido por el Consejo Nacional Electoral para las elecciones del 26 de octubre de 2003, al expresar que el Umbral corresponde a la cantidad mínima de votos válidos que debe obtener una lista para que le sea aplicada la Cifra Repartidora. Se emplea para listas a Corporaciones.

postularse a una elección popular por otra organización política, incluyendo los Grupos Significativos de Ciudadanos (GSC).

En cuanto a *reelección de alcaldes*, en Colombia no hay reelección inmediata; pero sí reelección mediata o alterna. En este *sistema electoral local*, se elige en la misma fecha al alcalde, a los concejales, a los ediles de las JAL, al gobernador del departamento y a los diputados a la Asamblea Departamental; por tanto, el elector recibe en un sobre los tarjetones electorales correspondientes a los cargos a elegir. En el *tarjetón para alcalde* figura el nombre y fotografía de los candidatos, junto con el nombre y símbolo del partido o movimiento político. En el *tarjetón para concejo*, figura el nombre y símbolo del partido, junto a la lista de números de acuerdo a las curules para concejo (en Rionegro, por tener más de 100.001 habitantes, desde 2007, se eligen 17 concejales), y el elector marca sobre cada tarjetón el número de su preferencia. Los candidatos al concejo apoyan a uno de los candidatos a la alcaldía y a la gobernación que figuran en los tarjetones. Las listas para concejo son listas abiertas o cerradas, igual que para los otros cargos donde hay listas para corporaciones.

En cuanto a resultados electorales, hay forma de comprobar en cada puesto y mesa de votación, cuántos votos saca un candidato, tarea apoyada por los jurados de votación quienes verifican, según números de cédulas de ciudadanía, número de votos obtenido por un candidato determinado en el puesto de su interés.

CAPÍTULO 2

La mirada teórica sobre clientelismo

Este capítulo presenta lo hallado en la literatura política sobre clientelismo, de manera específica, en aquellas producciones académicas relacionadas con el objeto de investigación.

Para dar cuenta de la elaboración de este capítulo se señala que el trabajo se realizó en varios momentos: el primer momento implicó hacer un rastreo de la literatura disponible en diferentes sistemas de bibliotecas, esto es, la selección de textos considerados pertinentes; la revisión documental y su respectivo análisis de contenido para reconocer antecedentes significativos en la producción literaria sobre las diversas maneras de pensar el clientelismo junto con sus categorías analíticas. El segundo momento llevó a aclarar la *perspectiva teórica* para este objeto de estudio, justificada en los hallazgos y aportes de algunos estudios de caso nacionales y otros más generales, que conjuntamente han permitido comprender los referentes conceptuales para este objeto de estudio, cuyas ideas se recogen en una matriz categorial que marcó la pauta para la investigación y orientó el trabajo de campo.

Este capítulo está organizado en tres partes: en la primera, *los estudios teóricos sobre clientelismo*, se alude al clientelismo como mecanismo de intermediación, a las características y categorías de análisis que conforman el asunto teórico. En la segunda parte, *lo que*

se ha dicho sobre clientelismo en Colombia, primero, se hace una síntesis de los estudios sobre sus transformaciones en el tiempo, y luego, como parte del estado del arte, se presentan algunos hallazgos de estudios de caso nacionales que aportan a la comprensión de realidades; se incluyen algunos enfoques, la relación patrón cliente y los intercambios con la ciudadanía, y termina con una síntesis de ideas de varios autores sobre el concepto. Finalmente, el capítulo alude a la importancia de emprender nuevas investigaciones, que contribuyan a la comprensión de la experiencia política local.³¹

2.1 Estudios teóricos sobre el clientelismo

En la literatura sobre política local, con frecuencia se pone sobre la mesa el tema de la intermediación partidista y el clientelismo político, y se sugiere, en la mayoría de los casos, que para comprender las dinámicas del *clientelismo en las elecciones locales* se requiere estudiar detalladamente la conformación de las *redes* de intercambio político, de manera real y objetiva, distanciándose de formas anteriores.

A partir de la idea generalizada que se ha dado en la literatura sobre la *intermediación de intereses* como dimensión de la representación política y el *clientelismo como mecanismo de intermediación*, este fenómeno se ha reconocido como una forma de entretejer vínculos entre el personal político y su electorado en el seno de sistemas políticos específicos, y se ha analizado como *forma de intermediación política* en varios momentos de la historia,

31 La política local está constituida por las expresiones de un partido político y las dinámicas que configuran su trabajo y ponen en evidencia elementos como las redes de intermediación política y los mecanismos para su articulación interna, así como las estrategias desarrolladas en el proceso de consolidación en una localidad. También se consideran: prácticas, estrategias y modos de inserción de una red política y sus intercambios expresivos y culturales durante la consolidación de la red; la autonomía municipal, las políticas de planificación y programas de gestión; las relaciones entre gobierno local y organizaciones de base, los partidos políticos y las redes clientelares. Esta noción se basa en los estudios de caso de Gutiérrez (1998), de Echeverri y Arenas (2007), forzando un poco la definición sugerida por estos dos últimos autores.

tanto que se han buscado explicaciones sobre su papel funcional para entender su lógica y persistencia en el actual sistema político respecto a la competencia por el poder.

El clientelismo ha sido un concepto cambiante en su forma, de acuerdo a condiciones externas; de ahí, las *diferentes formas de concebirlo* desde perspectivas analíticas y algunos estudios de caso que aportan referentes conceptuales y categorías de análisis.

2.1.1 Sobre diferentes concepciones e interpretaciones

Desde que el *clientelismo político* se convirtió en objeto de estudio para varias disciplinas, con autores nacionales e internacionales³² se han dado diferentes formas de concebirlo e interpretarlo, tanto que no se ha encontrado una noción aplicable a todos los contextos y no ha bastado ubicarlo en las diferentes etapas históricas de los países durante la consolidación de sus sistemas políticos.

Es un concepto que proviene del ámbito académico y durante su desarrollo teórico se han dado confusiones conceptuales que invitan a diferenciarlo de otros conceptos, para considerar *lo que no es clientelismo* (Audelo Cruz, 2004). En este sentido, podemos decir que, “es un concepto que se ha tornado multifacético en su dimensión analítica, dadas las diversas maneras de pensarlo” (Combes, 2011, p. 14), tanto que en el conjunto de alternativas analíticas, algunos autores lo han vinculado con juicios de valor; con sus características; con los bienes intercambiados, y en algunos debates se han incluido las miradas de los actores que intervienen en la relación clientelar.

Al hacer una consideración muy general sobre la manera cómo se ha concebido, Gutiérrez (2002) sugiere tener más cuidado al interpretar su significado en el conjunto de las dinámicas sociales, lo ve como un *término polisémico* al que se le ha dado estiramiento

32 En este apartado “los estudios teóricos sobre clientelismo”, se referencian autores nacionales e internacionales con sus aportes teóricos, tanto para las categorías sobre percepciones e interpretaciones, como para características o atributos del clientelismo y para la estructura de una red clientelar.

conceptual (Sartori, 1999); en otras partes, referenciando a Collier y Mahon, (1993), lo califica como radical y difuso y llama la atención sobre la necesidad de evaluar el concepto bajo una perspectiva comparativa y de más rigurosidad en sus marcos conceptuales, esto es, la forma de analizarlo para entender dicho fenómeno. En general, se cuestiona sobre aquello que se ha entendido por clientelismo: “el intercambio de votos y de otras formas de apoyo político por decisiones públicas o beneficios divisibles” (Gutiérrez, 2002, p. 54).

A pesar de las diferentes formas de pensarlo, hay asuntos comunes en estas concepciones que no se alejan de las reflexiones ofrecidas en estudios de autores internacionales. Para Susana Corzo (2002),³³ el clientelismo político es:

la consecuencia de una relación personal de intercambio, en el ámbito de la política, que se establece de forma voluntaria y legítima, dentro de la legalidad, entre los que pueden ocupar u ocupan cualquier cargo público y los que desean acceder a unos servicios o recursos públicos [...] por medio de este vínculo o relación (p. 14).

Corzo también hace referencia a la tradición conductista que ve el clientelismo como una forma de participación política eficaz, y resalta que no hay límites para introducirse en la relación,³⁴ pues el incremento de clientes supone incremento de apoyos y votos. En este sentido, también se ve como un método de movilización electoral, donde se distribuyen bienes materiales a cambio de apoyo electoral. Finalmente, se puede decir que el clientelismo se

33 Para Corzo (2002), el clientelismo se convirtió en un fenómeno polémico que fue útil al debate entre los antropólogos defensores de lo émico y lo ético; convirtiéndose en un símbolo de las diferencias entre el comportamiento y el lenguaje que se utiliza para describir ese comportamiento. La construcción lingüística ha demostrado que sirve para identificar varios fenómenos diferentes, cuya conexión está en la relación de intercambio que se produce entre las partes afectadas y que está rodeado de condiciones económicas, sociales y políticas; es decir las condiciones micro y macro dan cuenta de un clientelismo diferente en cada ocasión.

34 En este sentido la autora está comparando clientelismo con corrupción, estableciendo claramente las diferencias.

recrea como factor recurrente de expectativa, por el sentimiento del individuo de ser protegido por un patrón (Stokes, 2007).

Una cosa sí parece unánime entre los autores: las definiciones están construidas a partir de la indicación de las *características*, de la *estructura básica* y de los *tipos de intercambio en sus relaciones con el entorno*. En fin, el clientelismo se ha concebido desde diferentes perspectivas analíticas y conserva un elemento fundamental: es una relación asimétrica de *intercambio* entre alguien que da beneficios y favores, recibiendo a cambio votos y apoyo político que le permiten mantenerse en el poder.

De las anteriores concepciones, se rescatan las que consideran que el clientelismo político constituye un sistema de relaciones más o menos complejas que adquieren sentido por el intercambio de favores y recursos por votos, entendiéndose el fenómeno como una forma de intermediación política (Echeverri y Arenas, 2007). De esta forma se concibe la intermediación de intereses como dimensión de la representación política y al clientelismo como mecanismo de intermediación (Dávila, 1999).

2.1.2 Las características o atributos del concepto

Gutiérrez recoge la definición de Lucy Mair (1967), quien considera *el clientelismo* como “*un sistema de lealtades asimétricas*” (Gutiérrez, 1998, p. 58-59);³⁵ definición que, descompuesta en sus elementos, genera un esquema de análisis. Como *sistema*, significa que no debe consistir en encuentros aislados, ni en la transferencia ocasional de recursos o información, ni en intercambios, aunque permanentes, débiles o de poca relevancia.³⁶ Son interacciones que se dan en un

35 Los autores colombianos como el caso de Gutiérrez, en otros países hacen parte de la literatura internacional, han hecho teoría, elaboraciones propias, soportadas en autores de diferentes países, y sus escritos son ya conocidos internacionalmente.

36 Como *sistema*, según este autor, el clientelismo no se limita al momento electoral, *también perdura*, pues la lealtad hace referencia a esa transferencia permanente de recursos públicos también en épocas no electorales. Los socios se acompañan mientras dura el pacto con obligaciones mutuas, que están permanentemente en curso. Como sistema, son relaciones.

espacio que no es privado, con efectos sobre más de dos individuos. Las *lealtades* hacen referencia a la transferencia permanente de recursos, asociadas a un patrón y un cliente y a la sensación subjetiva de interdependencia. La *asimetría* se presenta en tres niveles: en la calidad de la transferencia de los recursos, en la importancia que tiene para cada una de las partes los recursos que aporta la otra y en el carácter de los compromisos adquiridos, es decir, la parte débil adquiere compromisos obligatorios y la fuerte actúa con discrecionalidad respecto al cuándo y al cómo se da cumplimiento del pacto (Gutiérrez, 1998). El sistema de lealtades en el que se apoya la distribución de recursos, es sustentado mediante construcciones simbólicas que se relacionan con prácticas políticas puntuales u objetivas (Auyero, 1997).

Estos atributos coinciden con los presentados por Rubio (2003) quien los complementa con la *instrumentalidad* y la *procedencia de los recursos*. A la *lealtad* se le adicionan los *acuerdos verbales* y el *carácter informal y voluntario* de una relación que es personal, basada en la confianza mutua; agrega las *amistades instrumentales*³⁷ cuyos principios operadores son la expectativa de futuro, la memoria de intercambios y la reciprocidad que produce lealtades, que al contrastarlos amplían el atributo del sistema de interacciones. La *asimetría* adquiere un significado más amplio al describirse no solo como una relación patrón-cliente, donde la dominación del jefe político sobre la red es relativa y no absoluta, sino también, al advertir sobre la procedencia de los recursos y los tipos de intercambio. De este modo, “reciprocidad, dependencia mutua, carácter personal, informalidad, voluntad limitada y confianza [...]” (Schröter, 2010, p. 148, 152), giran en torno a la lealtad y a la asimetría de la anterior definición mínima.

37 A la función instrumental también alude Corzo (2002), referenciando a Graziano, L. (1980) en cuanto a que privatizan la vida pública y tratan a los bienes públicos como elementos divisibles y excluyentes a los que se les da un precio.

Lo anterior se complementa y aclara, siguiendo a Dávila (1999), quien advierte que, en el intercambio se genera un mecanismo no institucional de *lealtades asimétricas*, al cambiar bienes y servicios por apoyo electoral, y agrega que como relación política se establece entre individuos, pero se vuelve *importante políticamente*, en la medida en que implica un *intercambio entre sectores o grupos sociales*, es decir, intercambio de favores y servicios por votos entre los patrones o políticos, con los clientes.

Explicadas ya las características y partiendo de la idea de Echeverri y Arenas (2007), quienes señalan que el clientelismo político se ha desarrollado a través de *redes clientelares*, y que la idea de *red* es referente conceptual y metodológico que ayuda a comprender la naturaleza del fenómeno; se tiene el sustento conceptual para explicar las categorías relacionadas con la estructura de una red clientelar y las relaciones con el entorno, que tienen que ver con la intermediación, los tipos de intercambio, las relaciones con la ciudadanía y con otros grupos políticos en el escenario electoral.

2.1.3 *Estructura interna de una red clientelar: relaciones de poder*

Diversos autores coinciden en que los protagonistas de la estructura de la red clientelar son personas con distinto tipo de poder; una *relación patrón-cliente o alianza diádica* (Rubio, 2003); ven³⁸ en las relaciones de intercambio, “una alianza diádica vertical entre dos personas de estatus, poder y recursos desiguales, donde cada uno considera útil contar con un aliado superior o inferior a él mismo”³⁹ (Cazorla, 1994, p. 3). Esta diáda puede extenderse a una *tríada clientelar* con una persona adicional o *broker*,⁴⁰ quien actúa como intermediario o instancia de mediación.

.....
38 Rocío Rubio (2003); Javier Auyero (2002); Gutiérrez (1998); Jorge Audelo Cruz (2004) y Susan Stokes (2007).

39 Para Mario Caciagli, el clientelismo es una relación diádica en la cual un agente, en posición de superioridad, utiliza su influencia y sus recursos para dar protección y seguridad a otro agente, que está en posición de inferioridad, a cambio de servicios, lealtades y apoyos.

40 Schröter (2010) cita a Weber-Pazmiño (1991), para quien el bróker “*también se le llama: agente, gestor, palanca, patrón intermediario, puente [...] una relación clientelar es una relación*

En esta estructura, Bárbara Schröter (2010) se refiere al control de los recursos, donde el patrón es quien tiene el mejor acceso (asimetría). La autora referencia a Stokes (2007) para quien muchas veces los clientes son vistos como víctimas de explotación del patrón, y a Javier Auyero (2000) para quien el patrón quiere cuidar a su cliente y éste acepta la oferta. En este mismo sentido Audelo Cruz (2004), considera el clientelismo como,

aquellas relaciones informales de intercambio recíproco y mutuamente benéfico de favores entre dos sujetos, basadas en una “amistad instrumental”, desigualdad, diferencia de poder y control de recursos, en las que existe un patrón y un cliente: el patrón proporciona bienes materiales, protección y acceso a recursos diversos y el cliente ofrece a cambio, servicios personales, lealtad, apoyo político y votos. [...] El objeto de los intercambios son los recursos públicos y este hecho hace que tenga interés en términos de democracia (p. 127-128).

Para este autor, el análisis del clientelismo político resulta crucial por ser una práctica *informal* no regulada legalmente, y poco se sabe sobre la manera cómo se desarrolla.

En esta misma línea y en el marco de sus estudios de caso, Gutiérrez (1998) considera algunas dimensiones culturales como *categorías de análisis*. La primera tiene que ver con la *estructura interna* y se refiere al *mantenimiento, rotación y distribución del poder dentro de las redes clientelares*. Gutiérrez aclara que el clientelismo no constituye un poder absoluto, sino un *pacto* con obligaciones mutuas, que está permanentemente en curso. En este proceso, si la red clientelar es grande y larga, el patrón cuenta con *intermediarios* que adquieren atribuciones y poder, creándose dentro de la red clientelar una mini-sociedad civil, y se les delegan cargos y funciones de importancia. Esto se traduce en la capacidad de acumular liderazgo y poder, lo cual depende a veces del trabajo realizado para obtener resultados electorales. En este sentido, el

de brokerage, porque el patrón juega el papel de mediador, de ahí que sea relación dependiente o independiente” (p. 35, 44)

clientelismo como todo *pacto*, genera dinámicas al interior de su estructura, que con cierto grado de asimetría, la hacen sostenible. “En lugar de total verticalidad, se tiene una permanente tensión dinámica entre la necesidad de formar escalones intermedios y el repudio de hacerlo por el peligro que entraña de estar sembrando semillas de oposición interna” (Gutiérrez 1998, p. 60).

Las *redes de intermediación* incluyen, a los *actores* y al *trabajo en red* determinado por *dinámicas de intermediación clientelar* donde el clientelismo político se presenta como un mecanismo flexible, tolerante y casi se diría que incluyente (Echeverri y Arenas, 2007):

El clientelismo político constituye un sistema de relaciones más o menos complejas que adquieren sentido por el intercambio de favores y recursos por votos [...]. Se entiende el fenómeno como una forma de intermediación política en el contexto de las expresiones organizativas de un partido a nivel local. Hay un punto de acuerdo más o menos generalizado sobre su significado: una relación clientelar es asimétrica, entre individuos con distintos tipos de poder, que están inmersos en un ambiente determinado (barrio, partido, familia, zona), necesario para su configuración y mantenimiento (p. 113).

Los autores aluden a este punto cuando se refieren a los participantes y al trabajo en red; Rubio, al tratar el clientelismo como una relación diádica que pasa a conformar cadenas con intermediarios entre patrones y clientes, y Corzo, cuando aclara que la entrada en la relación se hace voluntariamente, ya que la vinculación entre ambas partes no es de dependencia sino de complementariedad y de intercambios.

En suma, el clientelismo ha hecho referencia a una compleja *cadena de uniones personales* entre patrones, políticos o jefes, y sus clientes o seguidores. Dichas uniones están basadas en una mutua ventaja material en la que el patrón tiene la ventaja de los recursos, los cuales distribuye a sus clientes según la cooperación o ayuda que estos le hayan brindado. En la política moderna, los patrones no son actores independientes porque están ligados a una *larga red de contactos*, usualmente obrando como eslabones intermedios que

entablan intercambios entre el nivel local y el nivel central (Aunta Peña, 2009). El papel que juegan los intermediarios depende del lugar y del contexto que se elija como objeto de estudio.

2.1.4 *Relaciones con el entorno*

La segunda dimensión cultural considerada por Gutiérrez (1998) en sus estudios de caso es *la interacción entre la red clientelar y su entorno*, y es aquí donde surge el *esquema analítico red clientelista*⁴¹ y *entorno*. Rubio (2003), citando a Auyero (1997), aclara que:

se puede decir que una red clientelista actúa como una suerte de intérprete en que se puede confiar y que viene a validar creencias personales. En ella se dan relaciones de dominación relativa, compleja y anclada. [...] Por anclada se debe entender que las relaciones [...] implican un reconocimiento recíproco entre los actores' y presupone la construcción de marcos de conocimientos mutuos que organizan la experiencia de los actores. Además, [...] las redes clientelares pueden ser observadas como arreglos jerárquicos, como lazos de control y dependencia. Son lazos verticales basados en diferencias de poder y desigualdad [...], están basados en entendimientos y mecanismos más formales, aun cuando comporten altos grados de compromiso y obligación (p. 41).

Para entender las redes clientelares, Rubio referencia a Josep Rodríguez (2005), quien aporta información sobre análisis de redes y señala *cinco elementos diferenciadores*:

- La red como un espacio de oportunidades o límites para la acción.
- La cantidad de las relaciones entre unidades interactuantes.

41 En algunos estudios se le llama clientelar y en otros clientelista. Francisco Gutiérrez en "La ciudad representada", propone en la primera parte, cuatro ejes analíticos para la discusión del clientelismo (concepto), y en la segunda, se exponen dos casos de redes clientelistas (estudios de caso). Por el lado de Fernando Escalante (1995), la acción social requiere y produce configuraciones que con mucha frecuencia no alcanzan a tener personalidad jurídica, ni identidad formal concebible, pero por eso no es menos eficaz ni menos necesaria, y esto no supone que su existencia sea ilegal. De modo que, un individuo puede orientar su acción de acuerdo a las exigencias de la red o a la configuración que sea, puede ser ciudadano sin dejar de pertenecer a una clientela.

- La interdependencia de los actores.
- La transferencia y distribución de los recursos presentes en las relaciones.
- Las pautas relacionales que tejen su estructura.

De igual forma establece *siete principios analíticos*:

- Los ligámenes son asimétricos, recíprocos y diferenciados.
- Los lazos pueden ser directos e indirectos.
- Los puntos en las redes pueden ser personas, grupos o conjuntos de relaciones.
- La distribución de los recursos se da de forma diferenciada.
- Las posiciones en la red son, a su vez, recursos.
- Las posiciones son mutables.
- Las redes estructuran actividades colaboradoras o competitivas para acceder a recursos escasos.

Diego F. Henao (1998) precisa las *relaciones entre red y entorno* y afirma que:

La *red* designa la integración de un conjunto de fenómenos y procesos que pertenecen al mundo observable, susceptibles de ser descritos y analizados mediante un sistema teórico. Nos referimos a un conjunto de interdependencias entre sus partes, elementos y procesos cuyas regularidades y relaciones internas son discernibles, como un tipo semejante de mutua interdependencia entre el conjunto y el *ambiente* que los rodea (p.25).

Por otro lado, para Fernando Escalante (1995) los diversos modos de *transacción de la red* permiten que ofrezca a sus afiliados controles sobre determinados tipos de recursos: “Las redes son formas de vinculación social y reconocimiento que producen orden por medio de la confianza” (Escalante, 1995, p. 35). Con estos atributos, una red clientelista es una noción diferente a una organización formal como lo es un movimiento político.⁴²

42 En este sentido, la Ley 130 de 1994 (Estatuto Básico de los Partidos y Movimientos Políticos), en el Título I, artículo 2º, define los Partidos y Movimientos Políticos y, específicamente en el Título II, artículo 3º, alude a los requisitos legales y constitucionales exigidos por el Consejo Nacional Electoral, para adquirir la personería jurídica:

2.1.4.1 Relaciones basadas en el intercambio de recursos, tipos de intercambio

Entre *red clientelar* y *entorno* se da *interacción* por medio del *intercambio de bienes públicos*, y una manera de garantizar que ambas partes reciban beneficios en la relación es explotando a un tercero, al Estado. Para Gutiérrez (1998), el *patrón* transforma bienes públicos en privados que redistribuye otorgando beneficios a sus *clientes*. Así, la compra de favores privados con bienes públicos, depende de la capacidad de uso de los recursos del Estado, y la *acumulación de capital electoral* es el más importante de ellos, se consigue con intermediación política, por eso redes clientelares compiten entre sí.

2.1.4.1.1 Relaciones con la ciudadanía en general: clientelismo electoral y relacional

Toda *red clientelar* como un tipo de *relación social relativamente estructurada*, establece *relaciones con su entorno*: con la ciudadanía en general, con los partidos, y puede gestionar *alianzas* con otras redes. En las relaciones con la ciudadanía en general, varios autores coinciden en que estas dependen de los tipos de intercambio (Cazorla, 1994). Algunos autores hacen una clasificación general de éstos, pueden ser de *naturaleza pública o privada*, y su valor es subjetivo (Corzo, 2002); se produce en el ámbito de lo público, aunque responda a mecanismos propios del mercado privado (Günes-Ayata, 1994; referenciado por Schröter). Se trata de bienes que consolidan la legitimidad del patrón y el nivel de vida del cliente, donde el objeto del intercambio, puede ser de *bienes materiales o inmateriales*. Según Schröter (2010),⁴³ los *bienes materiales* se refieren

Solicitud presentada, copia de los estatutos, probar su existencia con no menos de 50.000 firmas o con la obtención de esa misma cantidad de votos en el Congreso de la República, la presentación de la plataforma política expresando su filosofía y principios, sus programas y aspiraciones que lo identifiquen. En: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4814>, consultada 21 de octubre de 2014.

43 La autora introduce conceptos ausentes en otros autores, como el clientelismo ilusorio (domina la ilusión sobre una relación clientelar existente porque tampoco el patrón obtiene la seguridad de la lealtad del cliente) y el clientelismo forzado (referido al grado de voluntad que caracteriza la relación clientelar y en este sentido el clientelismo puede ser forzado, debido a las precarias circunstancias de vida del cliente). La autora advierte

a los recursos económicos, personales o político-administrativos, con los cuales el patrón concede protección material a sus clientes. Muchas veces este tipo de intercambio se efectúa a través de brigadas.⁴⁴ Los *bienes inmateriales* se refieren a asuntos jurídicos y administrativos, de intermediación para el trabajo en cargos públicos o de representación de intereses frente a terceros, así como a la inclusión en el aprendizaje sobre el quehacer político. Muchas veces se dan por fuera de las fronteras de la red con el fin de garantizar su reproducción, mediante contratos de trabajo (Schröter, 2010;⁴⁵ Cazorla, 1994; Gutiérrez, 1998; Rubio, 2003).

Corzo (2002) coincide con Schröter en esta clasificación que se reduce a intercambios.

Los partidos políticos son un elemento importante al establecer intercambios y en la determinación del tipo de clientelismo político que se genere, [...] el electoral, el de partido, o el burocrático. Los intercambios son similares e incluso los actores que los llevan a cabo son los mismos; lo que cambia son los contenidos de los intercambios. En el primer caso, se intercambian votos por respuestas eficaces a colectivos clientes; en el

que, aunque el concepto de clientelismo fue cambiando, resulta problemático hablar de clientelismo tradicional y moderno, pues el tradicional no ha desaparecido y puede coexistir con formas modernas.

- 44 Estas *brigadas* se hacen generalmente en época de campaña y consisten en entrega o distribución de una serie de regalos, alimentos o prestación de diferentes servicios a una comunidad. Son estrategias distributivas o intercambios clientelares de corta duración, en los cuales los políticos distribuyen presentes a cambio de participación en actos de campaña (Paula Muñoz, 2014: en proceso de publicación, Lima: Jurado Nacional de Elecciones/Instituto de Estudios Peruanos).
- 45 Schröter hace una clasificación aludiendo a subtipos que podrían afectar las características básicas ofrecidas en la definición mínima, ya que puede confundir y podría desmenujarla como herramienta conceptual. Todas sus tipologías se reducen al intercambio. El clientelismo político es una consecuencia de la utilización de las relaciones de clientela en el marco de la política: Clientelismo laboral, si se trata de puestos de trabajo en el sector público; clientelismo concesional, si se trata de concesiones de licencias, subvenciones, derechos de utilización y proyectos; clientelismo electoral, equivale al intercambio de votos por bienes y favores; clientelismo de partido cuando se intercambia apoyo por apoyo, con el voto; clientelismo burocrático cuando se intercambian bienes públicos por apoyo. Nótese que entre los tres últimos tipos no se aprecia la diferencia. Cada adjetivo agregado se refiere a una modalidad que a la final se reduce a un intercambio. Schröter referencia a Gay, 1998: 7, Corzo, 2002: 17.

segundo, apoyos por apoyos y, en el tercero, recursos públicos por apoyos (p. 17).

Gutiérrez (1998) y Rubio (2003) clasifican los intercambios/apoyos en cinco modalidades:

- El efectuado con toda la comunidad a partir de la promesa de legalidad. La entrega del bien máspreciado, la tierra y con ella, *programas de vivienda*;⁴⁶
- El realizado por medio de *brigadas* que movilizan recursos para satisfacer demandas específicas o necesidades menores de habitantes de sectores marginales.
- El que permite el acceso a bienes públicos y a servicios estatales.⁴⁷
- El que se da por fuera de las redes para conseguir su reproducción.
- El que tiene que ver con recursos y aprendizajes políticos.

Estos *intercambios* ofrecidos en los estudios de Schröter, Corzo, Cazorla, Gutiérrez y Rubio, son nombrados por otros autores como *tipos de clientelismo*, refiriéndose al *clientelismo electoral* y al *clientelismo relacional*, clasificación proporcionada por Simeon Nichter (2010), citado por Paula Muñoz (2014), para ubicar los intercambios según la duración de la relación, lo que tiene que ver con el bien entregado y con la época en que se da. El primero se caracteriza por ser un intercambio político de corta duración, realizado en época de campaña electoral, y el segundo, de larga duración, considera la distribución de recursos por fuera de la época electoral e incluye recursos costosos y duraderos.

Muchas veces, en época de campaña, los políticos utilizan estrategias electorales distributivas, entregan presentes a cambio de participación en actos de campaña. A este tipo de *clientelismo*

46 La vivienda, y todo tipo de obras de infraestructura, son bienes que hacen parte del clientelismo relacional o de más larga duración, llamados por algunos *obrismo* y *por otros, cemento y territorio*.

47 Cuando se habla de Partidos Políticos, se les llama incentivos colectivos y selectivos.

electoral (corta duración) lo llama Nichter (2010), citado por Muñoz (2014), *clientelismo de campaña*. La autora explica que en el clientelismo electoral los intercambios se instituyen como redes de solución diaria de problemas (Auyero, 2001 referenciado por Muñoz, 2014). En el *clientelismo relacional* (larga duración) se incluye la distribución de recursos más costosos y duraderos como empleo público (Oliveros, 2012, referenciado por Muñoz, 2014), los contratos de obras, entre otros. Este clientelismo se corresponde con el significado convencional de máquinas clientelistas.⁴⁸

Siguiendo a la autora, en esas relaciones los políticos optan por diferentes estrategias electorales y vínculos de representación con sus votantes (Kitschelt, 2000; Kitschelt y Estévez, 2007; citados por Muñoz, 2014); además de las *estrategias clientelistas*, se dan *estrategias particularistas*, también llamadas, *estrategias distributivas* (Stokes, Dunning, Nazareno, y Brusco, 2013). Así, la distribución de recursos, es a veces presentada por los patrones de manera especial.⁴⁹

2.1.4.1.2 Relaciones en el escenario electoral

La red clientelar establece *relaciones en el escenario electoral o ambiente* donde se dan las *relaciones de clientela* durante las campañas, mediante prácticas propias del clientelismo electoral que pueden generar cambios en la participación efectiva del potencial electoral disponible, y esto se traduce en resultados electorales. En este escenario compiten partidos y movimientos por el control de los mismos recursos, los votos. “De forma genérica, es posible entender el *clientelismo electoral*, como estrategia de movilización electoral en la que un político ofrece beneficios privados (alimentos, bienes,

48 La definición de clientelismo a la que Muñoz, Nichter, Stokes y otros se refieren, alude a la distribución de bienes privados a individuos. Es una estrategia que sí es compatible, no obstante, con la existencia de una máquina clientelista que puede distribuir obras a comunidades y, por otro lado, puestos de trabajo y otros bienes privados a sus colaboradores más cercanos.

49 Los presentan como acciones de solidaridad, de confianza, de amistad, de familia o de sacrificio. Son recursos simbólicos o expresivos.

dinero, etc.) a individuos (o sus familias) durante las campañas electorales a cambio de su apoyo electoral” (Muñoz, 2014).

En el *clientelismo electoral* el intercambio se produce entre el candidato o partido y los votantes. Por parte de estos, se da un apoyo electoral más amplio que no significa compra de votos, es un clientelismo de campaña donde se compra participación en actividades de campaña, este es un tipo de clientelismo electoral.

Tras las elecciones, el receptor del mayor número de votos establece *intercambios* con *otros actores* para fortalecer su capacidad de administrar y distribuir recursos públicos, algo que, además, le dará la posibilidad de *mantener* la relación con el votante como un *vínculo más duradero*, mediante prácticas propias del *clientelismo relacional* (Muñoz, 2014). Igualmente, cada político intercambia su poder con el resto de políticos, o con otros poderes, de forma que se configuran centros de decisión, cuya fortaleza radica en la capacidad de relacionarse y en la densidad de las relaciones que establece.

2.1.4.1.3 Relaciones con grupos políticos

Algunos autores ven la *relación clientelar entre los partidos políticos y los ciudadanos* como *estrategias de movilización durante las campañas electorales*, en las cuales los partidos intentan ganar electores, es decir votos (Stokes, 2007). Estos grupos son *intermediarios* entre las bases locales y el nivel regional y nacional, aspecto que se refuerza con un argumento de Cazorla (1994): “Los patrones locales son a su vez clientes de patrones del nivel nacional. [...] Las clientelas actúan en favor de la promoción política de sus líderes, su propósito es controlar los puestos de gobierno, y pocas veces cobrarán en beneficio de quienes no son miembros del grupo” (p. 10).

Para cerrar este apartado teórico y siguiendo a Gutiérrez (1998), quien reflexiona sobre cuatro dimensiones que se generan en las relaciones clientelistas, y de las cuales ya se ha hecho alusión al mantenimiento, rotación y distribución del poder, y a las relaciones entre red clientelar y entorno; queda por indicar los dos restantes.

La tercera dimensión está relacionada con los juegos espaciales que se presentan en las redes clientelares que conforman *la espacialidad y el territorio*, y hacen parte de la estructura de la red clientelar, de las relaciones con el entorno y de las estrategias utilizadas por los patrones, donde el *espacio interpersonal o distancia social* constituye una promesa simbólica de movilidad social: los patrones manejan estratégicamente el cerca, el lejos, el arriba, el abajo, el él y el nosotros, lo cual les da éxitos y legitimidad; además, se acercan durante la campaña y se alejan en el trono. *El espacio físico o territorio*, define un “nosotros” físicamente marcado y, constituye el ancla y la tarjeta de presentación de las redes clientelares: protección, extraterritorialidad, pertenencia, identidad, así como la ostentación de la riqueza, la honorabilidad y el origen humilde, son temas implícitos en los discursos de campaña y en la misma relación patrón-cliente. *El espacio cívico o de relación con lo público*, es el de construcción de ciudadanía, de creación y negociación de la cosa que no es pública ni privada, que se crea y obtiene a costa de otros en la red clientelar; en lugar de confluir en lugares donde todos presentan sus intereses, negociándolos, se limitan mutuamente, se reparten el espacio físico y cívico.

La cuarta y última dimensión se refiere a *los procesos de identidad que se generan por la pertenencia a un grupo*. En este caso las redes clientelistas contienen su propia *identidad* que se expresa en la afirmación de pertenencia a ellas y en torno a las mismas se generan complejos sistemas que contienen mecanismos de dicha afirmación (Gutiérrez, 1998).

2.2 Sobre lo que se ha escrito en Colombia

En el material bibliográfico revisado se encuentran puntos de acuerdo entre investigaciones teóricas y empíricas sobre el fenómeno del clientelismo político para el caso colombiano, que ofrecen indicaciones analíticas para leer los problemas locales de intermediación partidista. Así, la lógica de este escrito es temática y gira en torno a dos puntos: el primero, es un estudio teórico en

torno a las transformaciones del clientelismo en Colombia, y el segundo, está relacionado con estudios empíricos en torno a los hallazgos en algunos *estudios de caso*.

El concepto de clientelismo es clave para entender el funcionamiento del sistema político, es un elemento articulador de las dinámicas de intermediación política y, aunque conserva algunos elementos del pasado, se ha adaptado a los nuevos contextos y sigue siendo una realidad del sistema político colombiano que ha sufrido transformaciones a raíz de los cambios institucionales.

2.2.1 Un intento de periodización del clientelismo en Colombia

Para empezar, Dávila (1999) advierte que los mecanismos y las formas en que opera el clientelismo, es lo que ha cambiado.

El clientelismo no es una relación exclusiva de Colombia, es un fenómeno político que existe en muchos sistemas políticos. Por tanto, hay que tener en cuenta que incide en diferentes grados, dimensiones y direcciones en los distintos sistemas políticos de América Latina, donde hace parte de sus modos de desarrollo de la vida política. En este sentido, resulta útil traer a colación las elaboraciones recientes de O'Donnell sobre la democratización y la consolidación de la democracia en América Latina, en las que realiza un esfuerzo para dar cuenta de este fenómeno que unas veces llama clientelismo y otro patrimonialismo. [...] El clientelismo en cada sistema político, asume formas específicas y rasgos particulares. A partir de estos rasgos se puede hacer una caracterización para el caso colombiano en el que históricamente se identifican por lo menos tres tipos, que tendrían un rasgo común: detrás de cada uno de ellos hay una relación básica de intercambio e intermediación (p. 64-65).

Es importante resaltar que en la literatura colombiana este objeto de investigación ha tenido ajustes, ya que se ha visto en dos momentos, antes y después de la Constitución de 1991. El aporte de Dávila (1999) en *Clientelismo, intermediación y representación política en Colombia: ¿qué ha pasado en los noventa?*, es de singular importancia para el caso colombiano; hace un recorrido por la década de 1990 y pone en evidencia la dinámica al interior del bipartidismo y su relación con el

mecanismo clientelista. Así que, “se concibe la intermediación de intereses como dimensión de la representación política y al clientelismo como mecanismo de intermediación” (p. 62).

Para el caso colombiano, los hallazgos son útiles para ubicar temporalidades, además de conceptos. Dávila (1999) se centra en estudiar el fenómeno del clientelismo para entender cómo se ha ejercido la política en Colombia, lo caracteriza según periodos de tiempo: el tradicional, el moderno y el de mercado, y resalta los cambios según la época: *El clientelismo tradicional* existió antes del Frente Nacional, diferente al del siglo XIX⁵⁰ y al de la primera década del siglo XX⁵¹. Los *rasgos centrales* fueron: primero,

50 En un primer momento es pertinente remitirnos a John Lynch (1999) quien nos ubica en el periodo del caudillismo. Hace alusión a las etapas de su desarrollo, al caudillismo embrionario, al incipiente y al desarrollado. El caudillo hace su aparición en los márgenes de la *sociedad colonial*. Luego fue producto de las *guerras de independencia*, cuyo “fundamento” fueron las condiciones rurales bajo un liderazgo personal. Hace referencia al *caudillismo de las regiones*, lo describe desde su configuración y recalca que, para competir y ejercer el poder, un *caudillo* debía poseer ciertas *cualidades personales*, que le permitían obtener liderazgo para dominar rivales menores. En un segundo momento nos remitimos a Fabio Zambrano quien, para hablar de *caudillismo* y *caciquismo*, nos ubica en la formación de la sociedad colombiana alrededor de mediados del siglo XIX, cuando se da el *afianzamiento del intermediario político, cacique o autoridad de la sociedad tradicional en el ámbito local y regional*, que dominaba el discurso republicano con el que legitimaba la movilización de su clientela. Con la agitación electoral adelantada por los *gamonales* y *caciques*, en un proceso que data prácticamente desde inicios de la república, la mayoría de la población recibió la política moderna (Zambrano, 1992: 21). Malcom Deas, reconoce que las *elecciones y los votos* han sido la materia prima de los gamonales y caciques locales, utilizando todo tipo de artimañas, de ahí que las elecciones empezaran a ser consideradas peligrosas (Deas, 1993: 209). La *estructura dual del poder* tenía sus límites en el clientelismo. Se establecía una relación funcional de *intermediación* con la vinculación de los poderes locales a los partidos políticos, y a través de ellos a la nación. Era el *engranaje entre política local y nacional* (Zambrano, 1992,). Este es el mismo argumento de Deas para quien se configura una “*estructura dual de poder, [...] que necesitaba apoyo electoral y frecuentemente apoyo militar*” (Deas, 1993: 214-216). Para el Estado republicano sólo existían como nación aquellas regiones donde llegaban los partidos políticos. Así, quienes se articulaban a la nación eran los poderes locales integrados a través del bipartidismo. Ese segundo momento se profundiza con la progresiva modernización del Estado, las relaciones entre la nación y la región, y entre el Estado y los intermediarios.

51 En los años 20 se hizo grandes transferencias de recursos a los departamentos y municipios, favoreciendo los poderes locales, dándose una estructura partidista o federación de caciques en los dos partidos, donde los poderes centrales tenían pocas posibilidades de intervenir. La persistencia de esta estructura fragmentada y personalizada, va a ser causa de que la modernización del Estado se realice sobre la estructura de poder regio-

la intermediación y el intercambio se dio directamente entre patrones y clientes, sin que necesariamente el Estado cumpliera un papel central en la mediación; los patrones usaron sus recursos privados para alimentar la relación. Segundo, la relevancia de las adhesiones y lealtades personales entre campesinos y hacendados fueron vínculos fuertes establecidos, pero también fue importante el intercambio material de bienes y servicios por votos.

El clientelismo moderno se construye alrededor del Frente Nacional⁵², a mediados del siglo XX, perdura con sus características hasta 1991⁵³. Sus componentes se dieron sobre la base de que los partidos políticos tradicionales, Liberal y Conservador, compartieran el poder, esto es, que no hubo lucha entre partidos, ésta se desplazó a su interior; fue una competencia por obtener los puestos de poder. La transformación se dio con una relativa desaparición del sectarismo político que caracterizó a los partidos políticos colombianos. Los partidos y los políticos buscaron mecanismos para ganar adhesión de vastos sectores sociales y esto se hizo mediante el sistema político del clientelismo. *Los rasgos centrales* fueron los siguientes: el Estado, aunque débil, pero un poco

nal (Zambrano 1992: 27). El *bipartidismo* fue el sistema de operación de la política en los niveles nacional, regional y local y se objetivó con las “*jefaturas naturales*” de los partidos, *característica más visible de una organización bipartidista eficiente* que logró entretejer y articular verticalmente una amplia *red de relaciones políticas* que constituyeron el *nivel regional* del bipartidismo controlado por los *gamonales locales*, apoyados en la adscripción ideológica a un partido. La articulación de estos gamonales fue la que institucionalizó la dominación en términos bipartidistas, cuya confrontación proporcionó casi la única dinámica ante la débil cohesión nacional.

52 El *Frente Nacional*, fue el cambio político más importante en Colombia a mediados del siglo XX. Por sus implicaciones tuvo que ver con la constitución de un Estado de tipo capitalista que transformó el bipartidismo proveniente del siglo XIX y reorganizó el sistema político en función de una sociedad moderna. Con los acontecimientos violentos de mitad de siglo, las jefaturas naturales hicieron uso de todo su potencial para movilizar al bipartidismo, se recurrió a la *coalición bipartidista con el Frente Nacional*, alterándose el partidismo sectario, característica del régimen y razón de ser del sistema político, que bastó para “*la transformación profunda en la política*”. El sistema de reproducción de partidos descendió al nivel regional y su fuerza y estructuración se apoyaron en el uso político de un clientelismo modernizado y revitalizado.

53 1991, año de la nueva Constitución Política de Colombia.

más moderno, alimentó el sistema, adquirió un papel central como ente que ofrecía los recursos para la intermediación e intercambio de bienes y favores por votos; de ahí que los recursos privados de los líderes políticos clientelistas perdieron fuerza. Los líderes se convirtieron en intermediarios entre el Estado y la sociedad, y a través de ellos se canalizaron demandas de sectores sociales hacia el Estado que presentó respuestas a la sociedad.

Esta labor de intermediación permitió un cambio en la clase política, que comenzó a ser reemplazada por los *profesionales de la política*, quienes accedieron a los recursos del Estado y ejercieron su labor de intermediación. El sistema construido fue *piramidal*, asociado a las reglas del juego político del momento: la pirámide iba desde el senado hasta los concejos, dependiendo de la capacidad de negociación de los líderes políticos para negociar las gobernaciones y las alcaldías. La capacidad de los partidos para imponer una disciplina desde lo nacional hacia lo regional y local, se fue *erosionando* y fue necesario negociar en todos los niveles para darle una estructura y racionalidad al funcionamiento del sistema, con varios *efectos*: el clientelismo fue un mecanismo para la superación de la violencia sectaria de los partidos y esto trajo unido la despolitización partidista; le generó al régimen político la legitimidad para reproducirse y subsistir, generó ilegitimidad al empezar a cuestionar la institucionalidad; el sistema se volvió costoso por la generación de redes políticas de intercambio que necesitaban sostenerse y reproducirse, se disminuyó su capacidad de responder a sectores de la población; perdió capacidad de canalizar los grandes conflictos de la sociedad. El clientelismo alimentó al sistema, desprestigió el régimen y debilitó al Estado, pero produjo la estabilidad que permitió el sostenimiento de un régimen democrático que no dio lugar a otro sistema político, y finalmente, se crearon las Juntas de Acción Comunal (JAC), organización comunitaria más extensa en Colombia.

Clientelismo de mercado o posmoderno es un clientelismo abierto que se ubica a partir de la Constitución de 1991. Su marco institucional gira en torno a la descentralización, las reformas políticas y los nuevos

espacios de representación popular de una sociedad moderna y posmoderna con elementos tradicionales. Reúne elementos del clientelismo tradicional y del moderno: un elemento tradicional es que, el patrón actúa como empresario y el cliente legitima la relación. Algunos *elementos modernos* son, la interacción esporádica e impersonal entre los actores, así como el intercambio de favores por votos. Lo nuevo es que el cliente tiene una racionalidad condicionada y dispone de cierta información, así que es capaz de medir y comparar las ventajas del intercambio. Sus actores son los políticos, el Estado y los clientes; su objetivo son los recursos del Estado prioritariamente, aunque se involucran los privados y los del narcotráfico. En este tipo de clientelismo se da el cálculo mediante una racionalidad instrumental y la relación es más impersonal, se ganan adhesiones en medio de una alta competencia personalizada donde se articulan redes locales y a veces regionales. Este tipo de clientelismo se relaciona con los *tipos de intercambio* que se traducen en la relación entre redes clientelares y ciudadanía.

Según Dávila (1999), han cambiado rasgos, características, mecanismos y formas de hacer la intermediación. Ha cambiado la *pirámide* clientelista que se articulaba desde el senador hasta el concejal con estaciones intermedias; se ha reestructurado al apuntar a una *competencia personalizada* que sigue enmarcada en los partidos, donde convergen la mayoría de los líderes políticos. Con los cambios constitucionales de 1991, se tuvo gran capacidad de apropiación e instrumentalización de esos cambios, al igual que las nuevas vías de participación y acceso a la escena política.

En general, los *trabajos empíricos* sobre casos particulares y otros más generales, han dado como resultado categorizaciones para estudiar el caso colombiano, balance que no se puede obviar porque son *hallazgos* que hacen parte de nuestra realidad.

2.2.2 Algunos enfoques en los estudios de caso de Colombia

Algunos enfoques toman en cuenta los juicios de valor. Leal y Dávila (1990) recomiendan superar el tratamiento hospitalario que

se le ha dado al fenómeno, y sobre este asunto, hay una tesis de Gutiérrez (1998), citada por Dávila (1999):

El clientelismo amerita algo más que una atención hospitalaria [...] más que una patología, es una mutación, inscrita en el código genético de nuestra normalidad. Estaba ahí desde el principio, como parte entrañable de nuestra democracia, lo cual implica sacarlo de la categoría de vicios y corruptelas en que muchos analistas lo han depositado cómodamente (p. 63).

En esta misma línea, este autor, referencia a O'Donnell (1996) quien sugiere verlo, no como una patología, sino más bien como un fenómeno propio de la región, como parte de los procesos de construcción de democracia, bajo la categoría de *otra institucionalidad*. Hay quienes lo consideran como un tipo de *relación o de lazo social* que puede ser dominante o marginal en diferentes circunstancias (Auyero, 2002), y en este sentido, podemos hacer referencia a una tesis general (Leal y Dávila, 1990) sobre el clientelismo:

Este se genera, afirma Richard Thypin, a partir de condiciones específicas de la sociedad, en las que la parte subordinada de la relación no tiene capacidad de rechazar. Tales condiciones son las que facilitan a muchos grupos sociales soluciones alternativas a necesidades que no pueden satisfacer las instituciones dominantes del sistema. La situación plantea una coerción estructural que refuerza la subordinación del cliente al sistema, lo que provoca su necesidad de acudir a la solución alternativa (p. 42).

Al tratar esas condiciones específicas de la sociedad, ya se aludió al contexto temporal o intento de periodización y, con ello, a las *tipologías*⁵⁴ y a sus características. En este sentido, se refuerza la idea de Leal y Dávila (1990):

54 En perspectiva histórica, se encuentra un cúmulo de trabajos que hacen referencia a las tipologías tradicionales y modernas: Alfonso Valencia Llano (2003), en su artículo "El Sistema Federal y la consolidación del Gamonalismo; Guillermo Aguirre (2004), en su artículo "Clientelismo, caciquismo y caudillismo, expresiones de una práctica política", Darío Moreno Arteaga (2002) en su libro "El Sistema Político del Clientelismo en Popayán, 1930-1940"; María Emma Wills Obregón y María Milagros Rivera Bonza, (2009) en "A la sombra de la Guerra, ilegalidad y nuevos órdenes regionales en Colombia: Poder, familia y clientelismos en Montería, Córdoba (1950-2008): visibilización y ascenso de las mujeres en contextos totalitarios", Fernando Salmerón (2002),

El moderno clientelismo político mercantil, es alimentado por el Estado y sustentado en el antiguo y difundido valor social de las lealtades [...]. Se caracteriza por la apropiación privada de los recursos oficiales con fines políticos. Dicha característica se ejerce por medio de una red de relaciones de tipo clientelar que cumple un papel articulador del sistema político (p. 47).

De lo dicho hasta aquí, se resalta que en los *estudios de caso colombianos* (Arenas y Escobar, 2003; Leal, 1990; Rubio, 2003)⁵⁵ se ha generalizado un enfoque que propone ver el clientelismo como *mecanismo y no como enfermedad o corrupción*. Con esta última advertencia, se hace referencia a la investigación de Rubio (2003), quien aclara que no muestra al clientelismo como forma de corrupción. El *marco teórico* que desarrolla, consiste en tomar distancia y no verlo como un fenómeno atávico, pre-moderno o como rezago de formas arcaicas del quehacer político; ni como un mecanismo articulador entre formas premodernas y modernas de lo político. También toma distancia de las tesis que observan el carácter universal del clientelismo, asociado a condiciones de desigualdad y de las que lo ven como patología del sistema político (Dávila, 1999; O'Donnell, 1996). Por eso, la autora insiste en superar esos acercamientos para entenderlo como una *red política* con actores que desencadenan relaciones entre sí y que *intercambian de manera diferenciada recursos materiales y expresivos*.

en “Modernidad y prácticas políticas: democracia, eslabonamientos y mediaciones en la sociedad civil”; Jorge Audelo Cruz (2004), distingue el clientelismo tradicional del clientelismo moderno o de partido; Francisco Leal Buitrago y Andrés Dávila (1990) en “Clientelismo Político y su experiencia regional”; Andrés Dávila (1999) Clientelismo, intermediación y representación política en Colombia: “Qué ha pasado en los 90; Ricardo García Duarte (2003) en “El mercado político y la lógica de la clientela”; Miguel García Sánchez (2003), en “Ciudadanía avergonzada: democracia local y construcción de ciudadanía en Bogotá”.

- 55 Otro escrito donde se insiste en no asimilar el clientelismo político con corrupción, es el del investigador de Colciencias, Carlos Fernando Gómez García en la reseña “La corrupción, aspectos éticos, económicos, políticos y jurídicos” de Jorge Francisco Malen Seña. En: Dikaion, lo justo: Revista de Fundamentación Jurídica, Vol. 22, Núm. 17, diciembre-sin mes, 2008, Universidad de La Sabana, pp. 329-333.

En este trabajo se destacan *criterios metodológicos*, como la distancia que se toma de asociar el clientelismo con la corrupción, y cita a Dávila (1999): “El clientelismo no es necesariamente corrupción. Puede estar muy cercano a prácticas de corrupción, de hecho, hay vínculos y nexos entre prácticas clientelistas y aquel fenómeno, pero es necesario diferenciarlos y pensar que tienen componentes que permiten distinguirlo” (p. 63).

El *enfoque metodológico* es el de *análisis de redes*, que permite describir el movimiento telesforista⁵⁶ como una red de relaciones centradas en un líder que pronto se desplaza a cadenas de redes. El énfasis está dado en las relaciones de cada actor de acuerdo a situaciones configuradas sobre interacciones cotidianas para alcanzar ciertos objetivos. De ahí que el análisis de redes es una herramienta flexible para analizar las transformaciones de las estructuras sociales y los sistemas culturales, cuestiones como la participación de la ciudadanía en procesos colectivos, su vida y su cultura. Mediante esta herramienta de análisis, se trata de entender el clientelismo como *red política* que desencadena relaciones operadas por el intercambio de recursos.

En general, el concepto se aborda como característica básica del sistema político colombiano, es analizado en el contexto de su evolución, en el marco de las redes que lo practican; desde la perspectiva de redes como forma de acción que se acopla a la institucionalidad, que ha sobrevivido y se ha adaptado a las transformaciones recientes de la política colombiana. El clientelismo político se ha tratado como forma de representación política a causa de los nuevos espacios propiciados desde el proceso de descentralización dado en el país y, aún más, a partir de la Constitución de 1991.

56 El Movimiento Telesforista fue una red de filiación política, dirigida por el líder conservador Telésforo Pedraza Ortega durante las últimas décadas del siglo XX en el escenario político de Bogotá. Es un movimiento que se configura y en el cual se desarrollan dinámicas y procesos de adaptación en virtud de las transformaciones constitucionales de fines de siglo.

2.2.3 Sobre la relación *patrón-cliente*

En el marco de los estudios de caso, un *hallazgo* es que se alude a la *estructura interna de la red*. Gutiérrez (1998) se refiere de manera descriptiva y analítica, al *mantenimiento, rotación y distribución del poder dentro de las redes clientelares*, primera dimensión de su análisis. La metodología parte del análisis de dos casos de la vida cotidiana del clientelismo en Bogotá.⁵⁷ Primero, propone *cuatro ejes analíticos para la discusión del clientelismo*; segundo, por medio del *estudio de caso*, revisa su vida cotidiana, su cultura, su participación y sus relaciones con el Estado y con los procesos de acción colectiva, y tercero, se enuncian conclusiones de estudios de caso en una *perspectiva general*.

Este es un caso que aporta a la *comprensión de realidades o situaciones*, al explicar detalladamente la conformación de un movimiento o red clientelar a partir la misma estructura organizativa simple y de las primeras formas de acción colectiva como clásica relación de reciprocidad y sistema de lealtades. Se muestra cómo, a partir de la expansión geográfica, se establecen nuevas estructuras organizativas con actores como el jefe, los capitanes, los asesores y los jefes de campaña (generalmente profesionales); los coordinadores zonales y barriales, y aquí se destaca el papel de las JAC como nicho importante para el surgimiento de nuevos competidores y para el fortalecimiento del clientelismo. Entre todos, se da un juego de identificación y distancia, en el cual se resaltan: orígenes sociales compartidos, pertenencia a un territorio, valores comunes; además de destacarse el avance social de los intermediarios. Es un juego que muestra cómo se establecen *nuevas estructuras* con nuevos actores, nuevos roles con funciones determinadas dentro del movimiento, en el cual se crean y recrean, una y otra vez, los *atributos* del movimiento del líder político que se presenta como

57 El primer caso en el barrio La Meca (1981) con el Movimiento Forerista de Rafael Forero Fetcua; el segundo, se centra en la actividad de la JAC dirigida por Roberto Ballesteros en el barrio Henares de Bogotá.

una *red de relaciones* donde estos atributos se hacen visibles: el carácter asimétrico de las relaciones, los acuerdos verbales basados en la confianza mutua y las lealtades, el sistema de interacciones prolongado a través del tiempo, y las amistades instrumentales; cuyos principios operadores son la expectativa de futuro, la memoria de intercambios y la reciprocidad como generadores de lealtades. En esta red de relaciones, no solo se hace referencia al patrón o jefe político y a sus intermediarios, sino a los clientes en general, a los puntos de vista de quienes reciben los favores y a la distribución de bienes a cambio de asistencia a actos públicos.⁵⁸

También se presenta un atributo que se le da a la red como *sistema de oportunidades* (Rubio, 2003) para sus afiliados que genera adaptación a entornos institucionales cambiantes, de ahí que, a veces, demande *alianzas* con otros movimientos, con el fin de continuar como fuerza política, lo que significa el acomodo a nuevos contextos, donde la persistencia de los partidos tradicionales deriva de las relaciones clientelares. Se muestra que el clientelismo puede ser uno de los factores de la política con peso importante en el sistema de poder y como base para articular relaciones que ordenan su funcionamiento. También se encuentran descripciones precisas y analíticas, que muestran cómo se da esa relación patrón-cliente, llamada por algunos *alianza diádica* vertical (Rubio, 2003), en la cual se dan relaciones asimétricas de poder. En Colombia hay trabajos que muestran cómo los líderes locales y barriales de estrato medio y bajo (Leal y Dávila, 1990; Gutiérrez, 1998; García, 2001) se sienten actores públicos constructores de ciudad, de país y de humanidad.

Las investigaciones sobre clientelismo en Colombia no se limitan a ilustrar la relación patrón-cliente. Otro *hallazgo*, es que los análisis también destacan el *trabajo en red*, es decir, los mecanismos, las dinámicas o estrategias utilizadas para que la red sea sostenible y tenga vigencia. Son estrategias en las redes clientelares que van

58 Al referirnos a los clientes, se advierte que es una de las dimensiones menos conocidas del clientelismo político, por lo general se ha abordado mediante estudios etnográficos (Auyero, 2000).

dirigidas a garantizar el intercambio de bienes y votos.⁵⁹ Con ello, los *intermediarios* demuestran su capacidad de liderazgo y de acumulación de poder dentro de la red.

En suma, los estudios de caso nos muestran que las redes sostienen relaciones con el entorno, ámbito donde se ponen en práctica *estrategias mecanismos o dinámicas de trabajo*, donde se da intercambio de recursos, cuya fuente principal es lo público estatal (Gutiérrez, 1998; Leal, 1989).

2.2.4 Sobre relaciones e intercambios, ¿con quién y para qué?

En algunos estudios de caso sobre clientelismo en Colombia, se aprecian las *relaciones que se establecen entre la red y el entorno*: la vida cotidiana, la cultura, la participación y las relaciones con el Estado, con grupos políticos y con los procesos de acción colectiva. Esta relación hace énfasis en las *relaciones basadas en el intercambio de recursos*, y aquí la *idea de red* ayuda a comprender el fenómeno en tanto imagen de relaciones operadas por ciertos mecanismos de intercambio de recursos materiales y expresivos (Rubio, 2003; Gutiérrez, 1998; Echeverri y Arenas, 2007), y aparte de los mencionados por Rubio y Gutiérrez, quienes coinciden, Schröter (2010) presenta una clasificación más amplia que desagrega la clasificación de otros autores: clientelismo laboral, clientelismo concesional, clientelismo electoral, clientelismo de partido, clientelismo burocrático. Cada adjetivo agregado al término clientelismo, se refiere a una modalidad que se reduce al intercambio (Schröter (2010); Corzo, 2002). Leal y Dávila (1990) consideran que el clientelismo puede ser un factor de gran importancia en el sistema de poder; describen el clientelismo moderno y lo examinan en las dimensiones nacional y local aclarando los *mecanismos que le permiten funcionar y mantenerse*.

59 Según Auyero es el intercambio personalizado de favores, bienes y servicios por apoyo político y votos.

2.2.4.1 *El ritual: estrategias de intercambio con la ciudadanía*

Uno de los hallazgos en las relaciones de intercambio que se establecen con la ciudadanía, es la identificación de las estrategias que buscan *el mantenimiento y fortalecimiento de la red*, entre ellas, los *recursos expresivos* como la metáfora de la familia, la proyección de imágenes que la red atesora y capitaliza para dar sentido a su acción y permiten ser intérprete del mundo político. Además, son rituales algunas *prácticas individuales o colectivas extra-cotidianas*, y los modos en que operan y se introducen al ritual de las *elecciones como escenario*, en el cual se interpreta la *política de verdad* (Rubio, 2003). Existen investigaciones que describen algunas prácticas y modos de inserción en la vida local, visualizadas en los vínculos con los electores mediante mecanismos usados por el partido: la representación, el denominado *cemento y territorio* y los usos electorales dados a la vulnerabilidad socioeconómica de sectores poblacionales que se convierten en el fortín de los gamonales. En general, todas estas dinámicas clientelistas se dan en la sociedad local con réplica en la nacional (Echeverri y Arenas, 2007; Avendaño, 2009).

2.2.4.1.1 *Nichos de clientelismo*

El propósito de estas estrategias de visibilización y reconocimiento es dar permanencia y estabilidad a la organización, mediante la imagen y el trabajo del líder político y de sus intermediarios con miras a *configurar territorios electorales* de la organización. En este sentido, en algunos estudios de caso se alude al vínculo entre las redes y sus políticos con las JAC, consideradas *nichos* valiosísimos para el surgimiento del clientelismo, por ser fundadoras de una nueva vida participativa acorde con el nuevo espíritu de la Constitución de 1991, y aunque no son el único mecanismo (Leal y Dávila 1990; Gutiérrez, 1998), sí son un actor fundamental que merece más protagonismo en estos estudios. En este punto es importante conocer situaciones en las cuales las JAC han tenido protagonismo.

En síntesis, cuando se habla de relaciones con el entorno, se hace alusión al intercambio de recursos mediante el clientelismo

como mecanismo de intermediación, ya sea en época electoral o no electoral, de corta o larga duración; pero también se identifica que en la red no sólo se realiza intercambio de favores por votos (Rubio, 2003).

2.2.4.1.2 *Adaptación a entornos institucionales, sistema de oportunidades y alianzas*

Otro hallazgo en los estudios de caso es el atributo que se le da a la red de “*sistema de oportunidades*”, el cual genera *adaptación a entornos institucionales cambiantes* que induce a *alianzas con otras redes*, con movimientos y partidos políticos, para continuar como fuerza política mediante la intermediación clientelar. Un resultado importante es que se muestra cómo se teje la red clientelar, las dinámicas y procesos de adaptación dadas en virtud de las transformaciones constitucionales de las dos últimas décadas del siglo XX y primera década del actual. En este sentido, el trabajo de Rubio (2003) describe el clientelismo desde la perspectiva de las redes que lo practican, como *formas de acción política que se acoplan a la institucionalidad*. Esta autora entiende estas redes como *adendas* que relatan relaciones y negociaciones pluralistas sobre derechos y deberes; redes que desencadenan mecanismos para su producción y reproducción, que no solo inciden en quienes ingresan, sino que, a su vez, afectan y son afectadas por los *entornos institucionales* en los que actúan.

La literatura también muestra que el tema de las reformas estatales, la descentralización política, la Constitución de 1991, la Reforma Política de 2003 y aún el surgimiento de la coyuntura uribista, han hecho parte de la *fragmentación del sistema* que se complementa con el *fortalecimiento de las redes clientelares*. Se dio el debilitamiento de los partidos políticos tradicionales y su *escisión* en múltiples grupos intermediarios entre las bases locales y los ámbitos regional y nacional. Dicha fragmentación partidista se expresó en la dispersión de listas electorales que se vincularon con el clientelismo y la intermediación como forma de inclusión política sustentada

en la conformación de una *pluralidad de organizaciones partidistas*, estimulando nuevos liderazgos con perfiles tecnocráticos.

En este sentido, Pilar Gaitán (1992) aclara que en lo local y regional se produjo una *apertura del sistema* hacia la gestación de nuevos movimientos y, paralelamente, hacia el debilitamiento de los partidos tradicionales. Los intereses políticos se ampliaron en una variedad de *tendencias* que originó una alta *rotación partidista*⁶⁰ de una elección a otra, lo cual pudo obedecer a los siguientes factores: *fraccionamiento interno de los partidos tradicionales* acelerado por la elección popular de alcaldes y por la mayor independencia de los directorios locales respecto de las direcciones nacionales; *alto grado de flexibilidad y capacidad de adecuación* de los partidos tradicionales a la coyuntura electoral, que no necesariamente se traduce en éxito electoral; *emergencia de liderazgos locales independientes* de las estructuras partidistas tradicionales, como oposición real al poder local establecido; frustración de expectativas de la población por los escasos recursos disponibles para atender sus necesidades. De la primacía de uno u otro factor depende que la alta *competencia interpartidista* registrada en la elección popular de alcaldes, se constituya en *riesgo u oportunidad* para la consolidación de la *democracia local*.

Sobre el concepto de clientelismo, han sido varias las definiciones por ser un fenómeno cambiante: según los momentos históricos por los cuales pasan los sistemas políticos, según las condiciones de la sociedad y según la capacidad de adaptación a los cambios institucionales producidos desde finales del siglo pasado.

Los teóricos han dado a entender este fenómeno como un mecanismo de intermediación política por excelencia, y en sus reflexiones han ofrecido claves para entender la forma como se ha ejercido la política en Colombia, la manera como se estructuran las redes de intermediación, así como sus dinámicas y estrategias. En sus definiciones hay ideas sobre: cambio de favores por votos;

60 Aquí es llamada rotación, otros la llaman migración partidista, transfuguismo o transición.

intercambio de bienes y servicios por apoyo político y votos; sistema de lealtades asimétricas; mecanismo de intermediación política desarrollado a través de redes clientelares; entre otras. Esto justifica que el clientelismo ha sido un concepto útil e importante para el análisis de la política local, a partir del cual se puede entender la lógica que hoy predomina en el sistema político colombiano, respecto a la competencia por el poder en los escenarios electorales.

El clientelismo se puede observar como esa característica básica que presenta nuestro sistema político y que incide en las dinámicas internas del sistema de partidos, en el sentido de que, si bien ese sistema se ha configurado como multipartidista, los partidos tradicionales han persistido, han asumido un nuevo rol relacionado con la capacidad de adaptación a los cambiantes contextos institucionales, a las reformas políticas y a los cambios en el sistema electoral, pero siempre bajo la presencia del clientelismo como mecanismo de intermediación y como sistema de relaciones complejas. En fin, el clientelismo continuará siendo un fenómeno cambiante de acuerdo a las condiciones de la sociedad y del sistema político, y se irá configurando como un elemento que está ahí, siempre presente.

Finalmente, la reflexión académica sobre este tema ha tenido impacto en los actores políticos y en las reformas institucionales de los últimos años en nuestro país. El tema no solo es oportuno, también provee una vía para asomarse a un problema más duradero en cualquier municipio, y a pesar de ser un tema estudiado, hay vacíos en el ámbito local en cuanto a estudios de caso que incluyan dinámicas del escenario electoral y la lectura de cifras electorales de los últimos años con su respectiva interpretación. Este tema es pertinente y puede ser analizado más profundamente como un objeto de los estudios políticos comparados a nivel nacional, y a partir de la idea de red, referente conceptual y metodológico de análisis, se puede analizar el clientelismo político como un mecanismo de intermediación de acuerdo con los momentos en que se da y a su corta o larga duración.

CAPÍTULO 3

Sobre la manera de abordar este trabajo

3.1 Enfoque cualitativo

La investigación cualitativa (Galeano, 2004), hace especial énfasis en lo vivencial o en la interacción que se establece entre los sujetos de la investigación, o actores políticos, es decir, el jefe político, los intermediarios y los clientes; en cuya interacción se entablan relaciones en diferentes escenarios y contextos. En este proceso de investigación se establece contacto con diferentes actores con el fin de rescatar sus acciones, sus comportamientos, el conocimiento que tienen de su situación y las estrategias que usan en el escenario de las elecciones locales para conseguir el poder político.

Este *enfoque* es el que orienta este trabajo. Se trata de comprender una realidad política local, vista a través de lógicas existentes entre los actores como sujetos involucrados en partidos y movimientos políticos, entre quienes se dan prácticas clientelistas. En cuanto a las *estrategias o modalidades* de la investigación cualitativa, se recurre al *estudio de caso* y a la *revisión documental* con su técnica de análisis de contenido.

3.1.1 Estudio de caso

El *estudio de caso* es una modalidad de investigación cualitativa aplicable a un *fenómeno* como el clientelismo político, en el cual se involucran:

personas, como los candidatos y jefes de redes y partidos políticos; *grupos*, como aquellos con quien tiene relación el candidato en cada periodo; *segmentos de población*, como los seguidores y simpatizantes de un candidato en un sector geográfico específico; *institución o condición particular*, como todo lo que regula el funcionamiento de las elecciones y todas las estrategias y mecanismos utilizados para conseguir el poder. Cuando se elige el estudio de caso se opta por lo particular, que implica sacrificar la posibilidad de generalizar a contextos amplios, recoger información sobre numerosos actores, tener visiones de conjunto sobre situaciones sociales; se centra en lo individual, tiene un carácter holístico, pues *el caso* es analizado desde diversas dimensiones y se descubren nuevas relaciones y conceptos.

Su *objetivo básico* es comprender el significado de una experiencia, suceso o aspecto social localizado en un espacio y tiempo específico: el clientelismo en el municipio de Rionegro, entre el periodo 2000-2011. Su *validez* depende de la realidad de la representación de la situación analizada. Su *función* es registrar e interpretar hechos, enseñar, formar y proporcionar conocimientos en relación con el fenómeno estudiado, es decir, lograr mayor comprensión de un caso en particular. Es aplicable en múltiples áreas del conocimiento, en las que se intenta relacionar teoría y práctica para profundizar más en el proceso de investigación. Desde esta perspectiva, su *finalidad* es conocer cómo funcionan todas las partes, atreviéndose a alcanzar niveles explicativos de relaciones encontradas, en un contexto natural concreto y en un proceso dado; que para el caso, implica analizar la estructura interna de la red, la jerarquía, las relaciones de poder, los tipos de intercambio, las lealtades, los escenarios y las estrategias de intermediación para conseguir el poder y permanecer en él. En este sentido, para estos aspectos es pertinente aludir con Galeano (2012) al estudio de caso:

En esencia el estudio de caso se refiere a la recolección, el análisis y la presentación detallada y estructurada de información sobre un individuo, un

grupo o una institución. La información proviene de diversas fuentes e incluye las visiones de los mismos sujetos. [...] comprender una actividad humana requiere que la observemos a lo largo del tiempo, el contexto en el cual se desarrolla, la configuración de factores sociales que hacen que la situación ocurra y la forma en que estos factores interactúan (p. 73-76).

En este sentido entrarían en juego las preguntas u objetivos específicos que permiten apreciar la configuración de la red clientelar y los factores que en ella intervienen.

3.1.2 Sentido de la estrategia documental

La investigación documental no solo es una técnica de recolección y validación de información, sino que constituye una estrategia de investigación, ya que cuenta con particularidades en el diseño del proyecto, la obtención de la información, el análisis y la interpretación. Su expresión más característica se da en los trabajos de corte teórico que se sustentan en documentos de archivo.

Una buena revisión documental da credibilidad a la investigación, ayuda a visualizar lo que se sabe, a profundizarlo y definirlo en su total significado. Permite identificar posibles errores metodológicos y proporciona ideas para emprender nuevos estudios, al identificar posibles resultados contradictorios en investigaciones previas. Es momento obligado del proceso investigativo de cualquier estrategia o modalidad, pues supone la revisión cuidadosa y sistemática de estudios e informes de investigación; en este caso, la revisión de la literatura sobre el clientelismo, los conceptos y teorías. Facilita comprender la información de archivos de algunas dependencias e instituciones como la de Registraduría Nacional, o la propaganda política de diferentes periodos electorales. De ahí que en esta investigación se parte de vincular como *unidad de análisis o categoría central* el término clientelismo como acción o hecho político y social general, y a partir de ella se revisa la literatura existente que involucra varios estudios de caso del nivel nacional con las respectivas reflexiones teóricas sobre dicho concepto.

La revisión documental es pertinente en este caso, porque uno de sus propósitos es identificar investigaciones relacionadas

con el tema y explorar información que contribuya a una mejor comprensión de lo estudiado. En este sentido, y acorde con el objeto de investigación, se opta por la revisión documental con su *técnica análisis de contenido*, con el fin de rastrear, seleccionar, organizar, sistematizar y analizar información documental existente sobre referentes, variables o categorías que se proponen en una matriz metodológica surgida del ejercicio de revisión.

En síntesis, esta investigación es un *estudio de caso* que se apoya en la *revisión documental* (técnica de análisis de contenido) y en el uso de *técnicas conversacionales* (entrevistas). Para algunos autores, el *estudio de caso* no es una metodología con entidad propia, sino que constituye una estrategia de *diseño de la investigación* que permite seleccionar el objeto/sujeto del estudio y el escenario real.⁶¹

3.1.3 Diseño de la investigación

El clientelismo político como tema de investigación, es una problemática sustantiva que emerge de un sector de la realidad. De ahí que el *diseño* sea una propuesta modificable por ser un proceso reflexivo que opera en todos los momentos: *exploración* (formulación o planteamiento del problema, estado del arte y marco teórico), *focalización* (recolección de información, registro y sistematización; es básicamente el trabajo de campo) y *configuración* (profundización, análisis, presentación de resultados).

Entre los componentes del diseño, se tiene la *construcción del objeto de investigación* que se va configurando a partir de una idea inicial que se concreta en una *pregunta de investigación o hipótesis*, y se conecta con perspectivas teóricas y metodológicas. En esta construcción se involucra *el tema, las preguntas de investigación y las hipótesis, la revisión de la documentación inicial y la exploración en el terreno*. De acuerdo con el objeto, surgen nuevas preguntas de investigación, nuevos ajustes en las técnicas de recolección,

61 Métodos de investigación educativa: el estudio de casos. Disponible en: http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Est_Casos_doc.pdf

registro, sistematización y análisis de información; nuevos referentes conceptuales y teóricos, debido a la misma flexibilidad del método, ya que permite revisar constantemente los hallazgos hasta lograr analizarlos y obtener resultados investigativos. Entre otros componentes del diseño se alude al *mapeo, muestreo; fuentes, informantes*, y especialmente a la *gestión e implementación*, es decir, a la definición de *técnicas de búsqueda, recolección, registro, sistematización y análisis de la información*.

A partir de las categorías de análisis ofrecidas en el marco teórico, se hace una planeación del trabajo de campo que se basó en los *testimonios* recogidos en *entrevistas* dirigidas a líderes políticos participantes en esas cuatro contiendas electorales para alcaldía y concejo en el municipio de Rionegro (alcalde, exalcaldes, concejales y exconcejales), líderes comunales, profesionales, funcionarios y ciudadanos en general (21 entrevistados, algunos en varias oportunidades). El resultado de la investigación también se soporta en fuentes documentales de archivo: certificados, decretos, acuerdos, documentos sobre discursos de posesión, biografías, programas de gobierno, además de propaganda política y escritos a mano alzada, pero especialmente, en datos electorales de la Registraduría Nacional del Estado Civil.

Es de aclarar que el plan es *referencial*, porque permite la ubicación de diferentes informantes y situaciones. Es *flexible*, porque se ajusta al avance del proceso de investigación. Es *emergente*, por la necesidad de recurrir a informantes suplentes. El instrumento de recolección de información está sujeto a ajustes, según hallazgos o situaciones emergentes.

En la metodología es clave el diseño de una *matriz categorial*, surgida de la literatura dedicada a estudios teóricos sobre clientelismo político y a algunos estudios de caso locales. La matriz, orienta el diseño del instrumento de recolección de información para el trabajo de campo de esta investigación.

Tabla 2. Matriz categorial ajustada

Und. Anál.	Dimensiones	Propiedades	Variables	Indicadores	Fuentes/Información
Clientelismo político-intermediación: sistema de lealtades asimétricas	Estructura interna: relación de poder (atributos)	Actores de la red	Jefe, intermediarios y clientes. Configuración, Mantenimiento y distribución del poder al interior de la red clientelar	Nº cargos y funciones según niveles en organigrama (asimetría)	Archivos (Secretaría General, archivos personales del jefe político, propaganda política de un grupo político.
				Años de permanencia (lealtades)	
	Relaciones con el entorno	Relaciones basadas en el intercambio de recursos	Relaciones con la ciudadanía en general: tipos de intercambio	Durante la campaña política (movilización de recursos a través de brigadas, visitas a barrios y veredas, comités) Obras de impacto: inversión física y social en ciertas comunidades. Intereses.	Secretarías de Infraestructura, Protección y Gestión Social. Líderes comunitarios.
				Intereses políticos y recursos públicos en disputa: potencial electoral, estructura central o burocracia administrativa.	Informes Secretarías de Hacienda, General Entrevistas: concejales funcionarios.

Tabla 2. (Continuación)

Und. Anál.	Dimensiones	Propiedades	Variables	Indicadores	Fuentes/Información
		Relaciones en el escenario electoral	Desempeño electoral del candidato	Grupos políticos en cada periodo electoral, resultados electorales en cifras, índices de fragmentación y competencia para alcaldía	Informes de Registro, Internet. Archivos de prensa nacional, departamental y local sobre resultados electorales para alcaldía y concejo municipal. Entrevistas.
			Relaciones con otros grupos políticos, Coaliciones.	Resultados electorales en cifras, coaliciones electorales, vínculos entre grupos políticos, rotación o migración partidista en cada elección.	

Fuente: Construcción propia con base en los objetivos y el marco teórico.

El propósito de esta matriz es servir de guía para recoger información primaria de actores clave en el proceso político local y para triangular la información compilada y alcanzar mayor confiabilidad, objetividad y validez en la interpretación de los datos, así como para obtener información relevante para el análisis de las situaciones de la investigación.

En cuanto al *enfoque cuantitativo*, sólo se aplica a los *datos electorales* para alcaldía. Con base en el total de los votos por candidato, se calculan los niveles de *fragmentación y competencia*, mediante la búsqueda de valores para calcular dichos índices, aplicando fórmulas a los resultados electorales para los periodos analizados.

CAPÍTULO 4

Clientelismo, elecciones y política local. El caso de Rionegro, 2000-2011

Este caso alude a la *red clientelar* en la que se ubicó el político más popular de Rionegro, Hernán Ospina, y demás protagonistas que actuaron en este escenario electoral. Se parte de la *estructura de la red*, en cuanto a su configuración con actores que desencadenan relaciones entre sí; a las *relaciones con el entorno*, es decir con la ciudadanía en general y de manera especial a las establecidas en el *escenario electoral*, en cuanto al desempeño electoral del candidato-jefe Hernán Ospina, con cuyos datos se hace una lectura de los índices de fragmentación y competencia para alcaldía. Por otro lado, se examinan las relaciones de la red con otros partidos y movimientos políticos bajo la modalidad de *coaliciones políticas* en época de campaña. También es posible apreciar situaciones de los partidos políticos en cada periodo: la fuerza o debilidad, la fragmentación y surgimiento de otros, la desaparición o mantenimiento de algunos en el escenario electoral.

Se asume que *el clientelismo político se ha desarrollado a través de redes clientelares*, y que la *idea de red* es referente conceptual y metodológico que ayuda a comprender la naturaleza del fenómeno. Con esta idea, se explican las categorías relacionadas con la *estructura*

de una red clientelar y las relaciones con el entorno, todo lo cual permite entender el clientelismo como mecanismo de intermediación en las elecciones y la política local.

4.1 Estructura interna de la red

Al hacer referencia a la estructura de una red clientelar, se considera a los actores de la relación patrón-cliente como protagonistas. Hay actores que emergen por su capacidad de liderazgo y/o de intermediación, situación que los proyecta en la política local y los convierte en importantes líderes populares o jefes políticos que sostienen lazos directos o indirectos con intermediarios y clientes a nivel local.

La configuración, mantenimiento, rotación y distribución del poder dentro de la red clientelar, es un proceso en el cual se involucran dirigentes, asesores o intermediarios; a quienes se les delegan cargos y funciones de importancia y adquieren atribuciones y poder; de ahí que en su interior se crea una *mini-sociedad civil*. Entre patrón, intermediarios y clientes: *se configura la red*,⁶² hay interdependencia entre partes, elementos y procesos, cuyas regularidades y relaciones internas son discernibles (Henao, 1998).

62 A diferencia de una red clientelar, a los Movimientos Políticos junto con los Partidos Políticos, la Constitución “los elevó a rango constitucional, reconociendo en su artículo 107, el derecho del que gozan todos los colombianos de fundarlos, organizarlos y desarrollarlos, así como la libertad de afiliarse o retirarse de estos. De igual forma estableció los requisitos para su creación (Art. 108) y determinó que el Consejo Nacional Electoral ejerciera la función suprema de inspección y vigilancia de la Organización Electoral). [...] Los partidos y movimientos son considerados como organizaciones políticas iguales, independientes de su tamaño, desarrollo, origen y de los intereses que dicen representar” (Giraldo y Muñoz, 2014:21-22). Recuérdese que [...] un sistema de partidos se asume institucionalizado, si tiene permanencia de las reglas de juego y es reconocido socialmente [...] (Giraldo y Muñoz, p.27). Con los ajustes de algunos elementos legales en la Reforma de 2003, la continuidad de expresiones políticas en las regiones, se asegura, si dichos movimientos se comportan como de carácter nacional (Giraldo y Muñoz, p.31).

4.1.1 Los actores de la red

Al tomar como referente uno de los *principios* que ofrece el análisis de redes: *los puntos en las redes pueden ser personas, grupos o conjuntos de relaciones de intercambio y de poder* (Rodríguez, referenciado por Rubio, 2003), se puede esquematizar o hacer un mapa mental de las relaciones asimétricas de poder dadas al interior de una red clientelar o grupo político, es decir, que sus miembros se diferencian. Por un lado, está el *jefe o patrón*; por otro, están los *intermediarios*, entre ellos los dirigentes o grupo de asesores quienes desarrollan funciones concretas para el buen desempeño y desarrollo de una campaña política y generalmente continúan siendo tales cuando se llega al poder, al hacer parte de la burocracia administrativa. Hay otros intermediarios que casi siempre están ahí, trabajando por el grupo y en nombre de su jefe político, pues gravitan en torno a él, de manera especial durante periodos electorales, casi siempre son los comunales, también protagonistas de los intercambios, especialmente para la consecución de votos. Finalmente tenemos a los *clientes* simpatizantes o electores en cada campaña electoral.

4.1.1.1 El jefe o patrón

Ser jefe o patrón desde el liderazgo político, es producto a veces de recorrer un camino, un proceso enmarcado por la *trayectoria en el sector público o en la política local*, situación que lo lleva poco a poco, mediante experiencias y contactos, a conseguir ese liderazgo. En el municipio de Rionegro, la política ha estado marcada por el liderazgo de ciertos jefes políticos durante los últimos años debido, entre muchas cosas, al carisma, a intermediaciones, a estrategias organizativas, a coaliciones, a apoyos y, en general, a relaciones que se establecen al interior de redes clientelares que se configuran y reconfiguran en los diferentes periodos electorales para obtener el poder político local. Cuando se habla de jefe, se quieren conocer sus orígenes, o mejor su trayectoria, con el fin de comprender ese liderazgo.

4.1.1.1.1 Una manera de empezar en la política, el inicio de la trayectoria

Hernán Ospina, campesino rionegrero dedicado a labores agrícolas y porcícolas en la finca de su padre, conocido como ‘el marranero’, ha sido aspirante a la alcaldía del municipio de Rionegro en tres de las cuatro elecciones celebradas entre los años 2000 y 2011, y ganador de éstas dos veces durante el periodo analizado. Es de procedencia liberal por tradición familiar, pero surge del *Movimiento Cívico Comunal* en la JAC de la vereda Cuchillas de San José, en la época en que se inicia la Elección Popular de Alcaldes.

Pero ¿cómo inicia? ¿Qué trayectoria tiene en el sector público y como político local? Primero, Hernán Ospina comienza su liderazgo como presidente de la JAC de su vereda. Su actividad comunal y política la inicia al lado de su padre Manuel Adán Ospina,⁶³ en esta vereda del sector rural norte del municipio, cuando éste trabajaba ‘*en compañía*’⁶⁴ con un grupo de campesinos que cultivaban papa la picacha, según relata el mismo Hernán Ospina. En medio de esa actividad, allá a comienzos de 1988, se reúne un buen número de trabajadores de la vereda alrededor de su padre, quien los motiva para que apoyen a Rubén Darío Quintero a la alcaldía y a Álvaro Arteaga⁶⁵ al concejo. El primero en representación de una fusión de fuerzas políticas: *el Galanismo*, *el Movimiento Cívico Comunal* y *el Directorio Liberal por Rionegro Sector Democrático*. El segundo en representación del *Movimiento Cívico Comunal*, primer líder de este movimiento en el municipio.⁶⁶ Fue un momento en que la facción

63 Reconocido en su comunidad porque generaba empleo a los peones, tenía credibilidad en la vereda y en la comercialización de los productos en la plaza de mercado. Fue líder, sin ser político.

64 Así le llamaban los campesinos al trabajo agrícola realizado en compañía de otros, durante jornadas de varios días con el propósito de sacar cosechas.

65 Álvaro Arteaga, ya había sido concejal por este movimiento en 1986. También había sido concejal en 1976, en el Concejo que en aquella época lo llamaron Concejo Honorable.

66 Este Movimiento surge de la ASOCOMUNAL, fue creado por Álvaro Arteaga desde 1986, antes de la Elección Popular de Alcaldes, cuando prepararon un paro y unas

Guerrista del Partido Liberal tan posicionado en el municipio se empieza a debilitar, cuando un nuevo sector del Partido Liberal, *El Sector Democrático Liberal por Rionegro* se conforma en 1986, bajo el liderazgo de Álvaro Uribe Vélez, época del inicio del proceso de Descentralización Política con la Elección Popular de Alcaldes.

En 1988, recién posesionado Rubén Darío Quintero como Primer Alcalde Popular, y Álvaro Arteaga como Concejal y líder del Movimiento en aquella vereda, es cuando Hernán Ospina inicia su actividad pública en Rionegro como funcionario, gracias a la oferta de este concejal y a las recomendaciones del padre del recién posesionado Alcalde Rubén Darío Quintero; ambos vinculados con el Movimiento.

“Y [...] por cosas del destino, recién posesionado Rubén Darío, me encuentro una noche con Arteaga, me saluda desde su balcón y me pregunta ¿quieres trabajar? Yo venía de pescar muy aburrido porque me había ido muy mal; hablamos [...] y al sábado ya estaba haciendo las vueltas para trabajar en el municipio. [...] ese Movimiento Cívico Comunal, era liderado en principio, en el 88 por Álvaro Arteaga, quien tiene de mi parte todo el reconocimiento y aprecio” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

En algunas redes clientelares los seguidores hacen referencia a un patrón que los proyecta políticamente y reconocen que a su jefe político le deben el inicio, el presente y el futuro de su carrera (Gutiérrez, 1998), es decir, su ascenso político. Quintero, primer Alcalde Popular del municipio, relata cómo inició Hernán Ospina en la vida Pública:

“La primera vez que fui Alcalde (1988-1990) yo lo nombré, y él era del Movimiento Comunal [...]. En 1988 en la primera alcaldía popular, si [...] se podría decir que era un movimiento muy comunitario, muy de la gente, muy del pueblo, eso fue un proceso popular, y los líderes de aquella época eran de gran representatividad, [...] mi papá me lo reco-

protestas en contra de la Gobernación y la Alcaldía en oposición al asentamiento del Aeropuerto en terrenos del municipio. Situación que pronto se solucionó con la revisión del cobro de impuestos.

mendó⁶⁷ y fue elegido como Promotor de Desarrollo de la Comunidad”⁶⁸ (Entrevistado N°2, 15 de febrero de 2014).

En ese sentido, podría decirse,⁶⁹ por un lado, que el patrón se auto glorifica (Gutiérrez, 1998) cuando consigue que líderes de su grupo o sus recomendados alcancen el poder político local; para el mismo patrón es un orgullo revelar que los principales líderes han llegado a ser tales o han ascendido en su carrera política, gracias a ellos y al poder del grupo que han liderado. Por otro lado, todo líder se inicia en el mundo de la política a través de una recomendación o enganche por parte de un tutor o patrón. Esto suele ocurrir en años de juventud, durante los cuales se construye una carrera en la política (Echeverri y Arenas, 2007), son aprendizajes políticos para un posterior ascenso.

Los testimonios y los mismos documentos revisados muestran que los jefes políticos al iniciar fueron Álvaro Arteaga, Manuel Quintero (dirigentes cívicos) y Rubén Darío Quintero (primer Alcalde Popular), vinculados de alguna manera con el Movimiento Cívico Comunal y con el Sector Democrático. Así, sin ser líder político aún, Hernán Ospina empieza a tener relación con lo público desde su trabajo como funcionario en la Administración, al desempeñar labores como Promotor y Coordinador de las JAC desde el 10 de junio de 1988⁷⁰ hasta el 12 de enero de 1993; Asistente Técnico en la Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria (UMATA) como asesor en proyectos agropecuarios y de porcicultura desde el 13 de enero de 1993 hasta el 29 de abril de 1994; además, fue asistente técnico en infraestructura e instructor

67 Hernán Ospina venía de un Movimiento Cívico que había fundado el padre de Rubén Darío Quintero, don Manuel Quintero, un gran líder, que en su juventud participó en la ANAPO y en su rebeldía formó un Movimiento Cívico Comunal.

68 Cargo creado por primera vez en 1988.

69 Primero nos referimos a Rubén Darío Quintero quien recomienda a Hernán Ospina y luego nos referimos al inicio de la carrera política de éste, el jefe o actor principal del caso.

70 La primera Alcaldía Popular inició el 1° de junio, e inmediatamente inició como funcionario público.

agropecuario en el Centro Integral del Menor en la vereda Barro Blanco con los niños de la calle entre 1991 y 1992, cargos entre la primera y la tercera alcaldía popular, correspondientes a Rubén Darío Quintero y a Jorge Urrea, primeros Alcaldes Populares.

Como se ve, Hernán Ospina abona el terreno para su carrera política desde la primera alcaldía popular: pasa como funcionario de un cargo a otro sin interrupción, siempre en labores que le permiten establecer interacción directa con las diferentes comunidades rurales y urbanas como coordinador de las JAC; pero más aún con las comunidades rurales al desempeñarse como asesor en proyectos agropecuarios, actividad que le exige tener contacto directo con los campesinos y campesinas de todos los sectores rurales.

Puede decirse que fue una oportunidad de casi seis años para hacerse conocer desde los cargos que ejercía. Fue un primer paso, por cierto, muy importante en su carrera política, un funcionario muy conocido, aquí y allá, en el sector urbano y en el rural al trabajar con la gente. El mismo Hernán Ospina en entrevista del 3 de marzo de 2014, refiere que, “al ocupar cargos de servicio a la comunidad, la gente vio en mí, un hombre activo, auténtico y un ser humano con cualidades, una persona con gran vocación de servicio a la comunidad”. Aquí vale la pena preguntarse ¿qué tanto influye el cargo de un funcionario que está en permanente contacto con la comunidad para pasar de funcionario a líder político? ¿O mejor aún, a jefe político? Esta labor le permitiría acceso a un buen potencial electoral y a ser reconocido por líderes comunitarios. Y en cuanto a los atributos mencionados por él, combinados con méritos personales, se constituyen en factores de peso para las perspectivas de éxito que pueda tener un líder político en un futuro (Echeverri y Arenas, 2007).

La trayectoria de un político está constituida, en parte, por los cargos y funciones que ha desempeñado. Ocupar un cargo, ya sea por nombramiento o por elección, implica para el político obtener experiencia en el ámbito de la administración pública, y esto le

posibilita manejar recursos que fortalecen los vínculos con sus apoyos y bases.

En el periodo 1992-1994 durante la segunda Alcaldía Popular de Rubén Darío Quintero, Hernán Ospina continúa como funcionario público, pero el 29 de abril de 1994, renuncia al cargo burocrático que tenía para postularse como *candidato al Concejo Municipal* en representación del Movimiento Cívico Comunal. Quintero afirma: “[...] Él fue elegido como Promotor de Desarrollo de la Comunidad, y luego le acepté la renuncia, porque él iba para el concejo, y lo fue por el Partido Cívico Comunal” (Entrevistado N°2, 15 de febrero de 2014); y según lo comenta su señora esposa: “también tuvo el apoyo del Sector Democrático” (Entrevistado N°3, 10 de abril de 2014). Estos alcaldes populares pertenecían a ese Directorio, y él fue funcionario en dichas administraciones.

Hernán Ospina, relata que:

“Por algo coincidencial, en una asamblea que se hizo del Movimiento Cívico Comunal, cuando se estaban organizando las listas para salir a la contienda electoral, un día antes de la elección del candidato al concejo, me dio por presentar una fuerza en esta Asamblea del Movimiento Cívico Comunal, y en menos de 24 horas convoqué a un grupo de seguidores que me apoyaron. Ese Movimiento lo lideraba Manuel Quintero, él fue el que me motivó. Recuerdo hasta el número del tarjetón, el 302, fue por el Movimiento Cívico Comunal y el Partido Liberal, Sector Democrático, Unidos por Rionegro, que quedé en el concejo, saqué 742⁷¹ votos en el 94” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

En las contiendas políticas surgen *pactos y lealtades* entre sus miembros y, en este periodo electoral, el compromiso político al interior del Movimiento Cívico Comunal era que Hernán Ospina hacía la mitad del periodo (1995-1996), aunque se quedó un mes más, hasta agosto del 1996, por sesiones extras, para luego entregarle al hijo de Manuel Quintero quien terminaría el período

.....
71 Ocupó el séptimo lugar, el potencial electoral total, fue de 42.575 votantes.

en 1997. El Alcalde Popular de este periodo de tres años fue Luis Carlos Mejía, quien después fue Senador de la República.

Para el siguiente periodo electoral, Hernán Ospina quiere volver a aspirar al Concejo Municipal, pero por razones de manejo interno se separa del Movimiento Cívico Comunal y sale con una lista llamada Renovación Popular,⁷² mediante un *pacto* iniciado con Javier Rendón Rivas, conocido como ‘la Perra’. Entonces, se lanza de nuevo al concejo en 1997 avalado por el Partido Liberal:

“Me aparto del Movimiento Cívico, saco la propuesta, hicimos el ejercicio y volvimos a llegar al concejo en las elecciones de 1997, cuando ganó la alcaldía Hugo Castaño del Sector Democrático. Vi el ejercicio sano, serio y ético dentro del grupo. Le entregué a Javier Rendón en la mitad del periodo, los líderes éramos Javier y yo” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

El apoyo electoral lo da un grupo de personas del sector rural en quienes se genera confianza debido a su actividad como funcionario; la comunidad acoge su propuesta y lo apoya con su voto al concejo por segunda vez. Como concejal es ponente del *Acuerdo 153 de 1996*, “por el cual se concede un incentivo a los campesinos rionegreros que cultivan sus parcelas”. Cuando Hernán Ospina entrega este cargo, llega la pausa en su ejercicio como funcionario y concejal, es el momento propicio para preparar su primera candidatura a la alcaldía para las elecciones del año 2000.

4.1.1.1.2 Hernán Ospina se hace visible como opción política

Con la tendencia Liberal del Sector Democrático, que desde un poco antes de la Elección Popular de Alcaldes ya lideraba la política en Rionegro y desde los mismos inicios del Movimiento Comunal, es cuando empiezan a surgir y a ser visibles líderes políticos en Rionegro, futuros candidatos a la alcaldía, destacados en ese momento por su trayectoria en el sector público municipal como

72 No se ha encontrado información sobre este Movimiento, los entrevistados no lo recuerdan. Pareciera un eslogan fugaz o una estrategia local.

funcionarios, concejales o como líderes comunales: Darío García,⁷³ Diego López,⁷⁴ Hernán Ospina,⁷⁵ Alcides Tobón,⁷⁶ Andrés Julián Rendón,⁷⁷ entre otros. La mayoría había participado en procesos electorales previos, y aunque habían ocupado cargos como alcaldes, concejales o representantes a la Asamblea o a la Cámara,⁷⁸ insistían en conseguir el poder ejecutivo del municipio. Este fue el caso de Darío García, quien en 1994 había sido el candidato del Directorio Liberal por Rionegro, Sector Democrático, pero salió derrotado. En las elecciones de 2000, este mismo candidato es ganador de la alcaldía con el aval del Partido Liberal, y le siguen en número de votos: Diego López, Humberto Tejada y Hernán Ospina. El

73 Darío García, de origen liberal, inicia en el Nuevo Liberalismo entre 1983 y 1984. Fue jefe de Industria y Comercio, liquidador de impuestos en 1986, y para los primeros periodos de alcaldías populares fue Tesorero, Secretario de Hacienda en dos oportunidades, concejal entre 1992 y 1994 y presidente de la Corporación; candidato a la alcaldía en 1994, tesorero de la Cooperativa de Municipalidades de Antioquia en 1995, Director de Cuentas Especiales del IDEA en 1996; Secretario General del doctor Hugo Alberto Castaño en 1998; Director del Departamento Administrativo de Vivienda hasta 1999, cuando renuncia para aspirar por segunda vez a la alcaldía en el 2000, momento en el cual logra ser elegido.

74 Diego López, de origen liberal, empieza en 1987, cuando es nombrado Director del Departamento Administrativo de Valorización. Militó en el Directorio Sector Democrático, Liberal por Rionegro.

75 Hernán Ospina, de origen Liberal y activista del Movimiento Cívico Comunal, Funcionario público como Promotor y Coordinador de las JAC desde la primera alcaldía popular, concejal en dos oportunidades, aspirante a la alcaldía en tres oportunidades y alcalde en dos periodos.

76 Alcides Tobón, de origen liberal, empieza su actividad política como aspirante al Concejo Municipal, obtiene la curul para el 1998-2000 en representación del *Grupo Pensar*, en el 2000 aspira a la alcaldía por primera vez sin lograrlo. Posteriormente en el 2003, aspira a la Asamblea de Antioquia dentro del Movimiento Colombia Democrática, logrando ser diputado. Estando allí, en 2007, aspira por segunda vez a la alcaldía, y logra gobernar a Rionegro durante el periodo 2008-2011.

77 Andrés Julián Rendón, de origen liberal, empieza su vida política en 1996. Perteneció al Consejo Municipal de Juventudes, participó en Viva la Ciudadanía con las Escuelas de Liderazgo Democrático con quienes conformó La Asociación de Líderes del Oriente Antioqueño en el año 1998. En el año 2000, incursionó definitivamente como concejal, aspirando por el Partido Liberal, Sector Democrático de ese momento. Fue candidato a la alcaldía en las elecciones de 2003 y de 2007 en representación de Cambio Radical, quedando en segundo lugar en ambas ocasiones.

78 Luis Carlos Mejía, Alcalde en 1994, luego Senador de la República; Humberto Tejada, Diputado a la Asamblea y Representante a la Cámara. Los demás, concejales o aspirantes al concejo o a la alcaldía.

primero reaparece en las elecciones de 2003, el segundo en las de 2011 y el tercero en las de 2003 y 2011.

En estas elecciones Hernán Ospina se inscribe y figura en el tarjetón con el N°56. Para ese entonces contaba solo con el apoyo político de grupos independientes y minoritarios: Moir, Laicos por Colombia, Alianza Social Indígena y algunos amigos liberales. Ya no hacía parte del Movimiento Político Comunal y Comunitario, antes Movimiento Cívico Comunal, que en esta ocasión apoyó a Darío García, ganador de las elecciones. Se puede decir, según Larissa Lomnitz (1994, p. 37), que “*los favores entre amigos de clase constituyen la base de las adhesiones políticas*”, es en un primer momento, un pequeño grupo político de amigos, una organización de campaña, apenas se empieza a armar la red.

Su grupo estaba joven, no era suficientemente fuerte; aun así, decidieron dar el paso como opción de poder, lógicamente, las circunstancias o momentos no les daban la favorabilidad porque no había estructura política fuerte de partidos, movimientos o respaldos que pudieran generar una opción de triunfo, y aunque fue derrotado en estas elecciones, se hizo visible por su capacidad de aglutinar un número significativo de votos. Fue una oportunidad o ventana de oportunidad, se empezaron a construir los pasos hacia un liderazgo político local, como jefe de una red que apenas se empezaba a configurar.

“¡Fue una decisión atrevida! que contó con el apoyo de líderes comunitarios como Mauricio Rendón de Laicos y Hernán Darío Álvarez de la ASI; sacamos nuestra propia propuesta política, fue un trabajo con las uñas. El grupo se conformó [...] convocamos líderes comunitarios que creyeron en nuestra propuesta, dijimos [...] no vamos a depender de ningún jefe político” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

Este atrevimiento, puede mirarse como una aventura política que se hizo en un momento histórico determinado, en el contexto de la Constitución de 1991; como un momento en el cual, los recientes liderazgos políticos estaban surgiendo en Rionegro; como un *punto de quiebre* entre la tendencia del Sector Democrático que estaba

liderando la política local desde la Elección Popular de Alcaldes, y las nuevas dinámicas dadas por los cambios institucionales de fines siglo, cuando empezaron a surgir nuevas situaciones y con ellas, nuevos liderazgos políticos. La postulación de Darío García con el aval de personajes influyentes del Liberalismo, diferentes a los del Sector Democrático del que hizo parte, coincidió con la *apertura de espacios de participación*, en este caso, para líderes campesinos populares, conocidos ya por su trayectoria como funcionarios públicos, y Darío García y Hernán Ospina hacían parte de él. Y justo para éste último, la entrada a este espacio, fue por el trabajo en el Movimiento Cívico Comunal que le sirvió para dejarlo ver, ya que los *movimientos alternativos* que se crearon al amparo de la Constitución Política de 1991, han servido para *visibilizar* líderes sociales y políticos, identificar voceros que movilizan masas, y conseguir capital electoral. Ellos tienen seguidores y representan intereses de la comunidad que resuelven prestando apoyo político a diferentes candidatos.

En este juego y a partir de este periodo, se haría más *visible* el liderazgo político muy particular y popular de Hernán Ospina que se va configurando y reafirmando, al asomarse al balcón de los próximos elegidos para mirar desde allí, las dinámicas de la actividad electoral y las estrategias para aprender y/o adoptar; entre ellas, que el triunfo electoral no depende de la cantidad de dinero que se invierta en una campaña, sino de estrategias más directas de contacto con la gente, del cara a cara, de recorrer el municipio paso a paso, vereda a vereda, barrio a barrio. Así, este primer intento, fue un momento de entrenamiento para lanzarse a un nuevo juego en el campo de la próxima competencia electoral.

“Él no quería volver a aspirar, él ni siquiera quería volver a Rionegro, pero con la reunión que se hizo, vio que sí había apoyo, además se refuerza políticamente. En la primera candidatura de Hernán Ospina todo fue muy difícil, pero yo lo convencí, yo he sido el asesor político de Hernán, [del Movimiento Participación Ciudadana]. En ese primer periodo tuvo un problema económico, él no tenía la plata, iba a renunciar faltando un mes para las elecciones, y le dije que no se podía retirar porque nosotros

vamos a dejar las bases para la próxima alcaldía; la plata la logramos conseguir y él salió adelante con 4074 votos” (Entrevistado N°6, 14 de noviembre de 2013).

Esta era una situación que se puede enmarcar como efecto del proceso de descentralización y de las nuevas oportunidades que ofrecía la Constitución de 1991. Ya había quedado atrás gran parte del guerrismo, y se empezaban a desplazar los jefes procedentes del Sector Democrático y del mismo quinterismo que empezaba a debilitarse en el municipio.

En las elecciones del año 2000, Hernán Ospina se mostró y esto lo llevaría al siguiente paso, a su posicionamiento y consolidación como líder político popular y jefe de una red con una estructura más fuerte.

4.1.1.1.3 Un jefe que se posiciona

Para la historia política colombiana la figura del jefe, tutor, maestro o padrino, es una constante en la que se basan los sistemas de lealtades asimétricas (Cf. Gutiérrez, 1998, p. 58). El conjunto de atributos, méritos acumulados, habilidades especiales en el manejo de la política, hacen que generalmente alguien sea reconocido como jefe natural.

Este tipo de reconocimiento suele darle un poder especial al jefe, una particular facultad de mando, un estilo propio que lo diferencia del resto. La situación se refuerza por el cumplimiento de otros roles como amigo, patrón, protector, papeles que le permiten desplazarse con versatilidad por las jerarquías y fortalecer sus vínculos, especialmente con potenciales bases de votantes (Echeverri y Arenas, 2007, p. 114).

Si este líder inspira confianza como funcionario al coordinar las JAC, da sus primeros pasos como político en el Concejo Municipal, sus segundos pasos como aspirante a la alcaldía en el año 2000; ahora, en su segundo intento, se afirma como líder político local al ganar las elecciones con alta popularidad. Es en esta oportunidad, cuando se posiciona como *jefe*, al configurarse su red con una estructura

organizativa más compleja. Hernán Ospina es el jefe político de la red, su asesora permanente es su esposa, así lo manifiesta. En 2003, en su programa de gobierno “*Rionegro con Futuro*”, insiste en que,

“Un gobierno con la gente es un principio de trabajo para recuperar la credibilidad en las instituciones y multiplicar los esfuerzos para hacer de cada rionegrero y rionegrera actores de su propio bienestar y constructores de un Rionegro con futuro” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

En los principios se refiere a una serie de valores que parten de nuestra convicción en Dios como supremo orientador y en la protección de la vida como derecho fundamental, y en principios que tienen un carácter significativo y práctico para la construcción de un tejido social enraizado en la moralidad⁷⁹.

En estos discursos es visible el manejo que hace del espacio social o interpersonal durante las campañas y los discursos de posesión, al invitar a los ciudadanos a participar de su gobierno construyendo futuro y tejido social. Son frases atractivas que junto con un saludo cordial lo acercan a sus electores. Los *patrones* se mueven estratégicamente, saben manejar el cerca, el lejos, el arriba, el abajo, el él y el nosotros; lo cual les da éxitos y legitimidad. En este sentido se acercan durante la campaña y se alejan en el trono. Manejan la ostentación de la riqueza e investidura, tanto como el origen humilde (Gutiérrez, 1998).

En el *discurso de posesión*, Hernán Ospina se dirige a los rionegreros y rionegreras utilizando *recursos simbólicos*, da cuenta de su origen, de sus prácticas religiosas que también lo acercan a las costumbres y tradiciones de los rionegreros, cuando expresa: “Ante todo invoco el nombre de Dios Todopoderoso y de la Virgen Santísima⁸⁰, en la advocación de Nuestra Señora del Rosario de

79 Fragmento del Programa de Gobierno presentado en la campaña de 2003.

80 Según el INER (1990), a pesar de que los liberales de Rionegro eran considerados ateos, masones, negros y no tradicionales, su pueblo se ha preciado de ser religioso. Esto no significa que fueran conservadores. En la actualidad esta característica permanece en la cultura de los rionegreros; más aún, con la tradicional advocación a la Virgen

Arma, bajo cuya tutela e inspiración ha de guiarme para el ejercicio del gobierno local como mandato que me ha conferido el pueblo rionegrero [...]”.

Su legitimidad se reafirma en el discurso al incluir *la justicia social y la equidad en la distribución de bienes públicos*, dando a entender la importancia de la protección a los más vulnerables (Auyero, 2000; Stokes, 2007): protección, pertenencia e identidad son temas que entran en el contacto, y están implícitos en los discursos de campaña y en la misma relación patrón-cliente (Gutiérrez, 1998). Se revela el espacio del territorio rionegrero que define un ‘*nosotros*’ físicamente marcado, que se traduce en pertenencia e inclusión.

Para el caso de Rionegro, el manejo del *nosotros* incluido en el espacio social y el espacio físico en periodo de campaña,⁸¹ es algo común de los candidatos que se reconoce en el *lema* de las campañas políticas que incluyen al pueblo, al invitarlo a gobernar y a participar del mandato, mediante un mensaje incluyente que cierra con una frase que despierta emociones en el pueblo, al hacerlo sentir partícipe de un gobierno que empieza: “Es mi compromiso [...] icuento con Dios, con mi equipo y con usted!” Son mensajes que legitiman.

“*Rionegro con futuro*” y “*Rionegro con más futuro*”,⁸² son los lemas de sus candidaturas. El primero, para el periodo 2004-2007, y el

.....
del Rosario de Arma, Patrona del municipio desde el traslado de la Ciudad de Arma al valle de San Nicolás.

81 Para acceder a hacer campaña a espacios locales pobres donde no se cuenta con militancia, los regalos funcionan como precio de *admisión* que se cobra a los candidatos para que estos aumenten el número de participantes a actividades de campaña (estrategia accesible para candidatos dispuestos a invertir como prospecto electoral y genera información valiosa que es utilizada por actores políticos estratégicos para tomar decisiones electorales. *El clientelismo de campaña* puede afectar la competencia y dinámica electoral y los resultados electorales. La cantidad de personas que los candidatos movilizan en campaña, hacen inferir cual es el candidato con mayores posibilidades de ganar y en esto los medios de comunicación tienen su parte. El clientelismo de campaña influencia las decisiones electorales y persuade a los votantes sobre su atractivo electoral (Muñoz 2014).

82 Hay lemas similarmente incluyentes de otros candidatos: “*Rionegro somos todos*”; “*Por Rionegro presente*”; lemas que atraen; son estrategias de un candidato para acercarse al pueblo.

segundo, para el periodo 2012-2015; escogidos por el significado del término '*futuro*', pues cubre todas las dimensiones del desarrollo y proyecta al municipio como ciudad intermedia a nivel regional y nacional. Así, los jefes sugieren que van a ser constructores de ciudad y benefactores poderosos (Gutiérrez, 1998) y se cubren de personalismo, que desarrollan aún más al estar en el poder.

Otro *recurso simbólico* de este jefe es que, comparte su origen humilde, nombra la vereda donde nació, el oficio de sus padres, la escuela y el colegio, su primera hija, su esposa y sus cuatro hijos. Resalta que no fue formado en las grandes universidades con los grandes títulos, sino como Tecnólogo en Administración de Empresas Agropecuarias; se describe con calificativos que aluden a su *sentido común, iniciativa, gallardía, atrevimiento, generación de confianza, honestidad y responsabilidad en el ejercicio de lo público*. He aquí otros *recursos simbólicos* del jefe para establecer cercanía social con los electores y, con ello, fortalecer su popularidad y carisma para llegar a la gente.

“Fuimos vencedores y no vencidos, con el acompañamiento de la fe en Dios todopoderoso, legislador universal y con las ganas. Un secreto es que yo creo que el éxito del ejercicio de lo político parte de un principio fundamental: el político debe ser noble, auténtico y original, con ideas simples para poder ganarle a lo complejo. [...] Aunque lo dicen los estudiosos de la ciencia política, y que no lo diga yo, que algo que nace con los seres humanos es el carisma. [...] al pueblo le gusta un candidato popular y eso va acompañado de la estrategia de un líder exitoso: su imagen, su equipo de trabajo y su programa de gobierno” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

Este testimonio condensa la imagen de la naturalización de la persona como político y de sus atributos o cualidades para la política. Es una ideología de dones naturales e innatos (Rubio, 2003; Auyero, 1997). Es el don de la política, para muchos, es el carisma. El jefe político se siente un *personaje*. Algunos destacan aspectos negativos; otros lo positivo:

“Hernán es un hombre de raíces campesinas, con don de gentes, dado a sus comunidades, excelente hijo, esposo, hermano; hace esfuerzos personales para ayudar a los demás. Es alegre, dinámico, no le ve dificultad

a nada; él siempre dice que el mundo es de los atrevidos, si a mí no me abren la puerta, yo la empujo; [...] es un hombre de retos; sus sueños han sido superiores a lo que puede hacer como gobernante” (Entrevistado N°3, 10 de abril de 2014).

Otra líder comunal expresa sobre Ospina que:

“Se destacó como uno de los mejores alcaldes a nivel nacional. Se ha distinguido por el apoyo a los campesinos en la parte agrícola con capacitación, orientación y ayudas. Igual ha dado apoyo a la parte urbana. En sus administraciones, ha sacado al pueblo de deudas, ha dejado muy en alto al municipio. [...] Piensa en el desarrollo urbano y rural y le mete todo el presupuesto a la proyección de Rionegro. [...] otro punto, es la lucha con el túnel, por los impuestos, el daño ambiental, Hernán no se opone al desarrollo, se opone a las consecuencias de ese proyecto, eso sí que se lo aplaudimos” (Entrevistado N°9, 21 de noviembre, 2013).

Ya se aludió al protagonismo de Hernán Ospina, leve en 2000 y fuerte en 2003. Para 2007, su grupo político mediante consenso o elección interna, elige a Alcides Tobón Echeverri como candidato a la alcaldía. Aquí, se hace evidente el inicio de *la permanencia* de Hernán Ospina en el poder político local a través de su grupo. Varios testimonios lo confirman: “*Alcides estaba en Colombia Democrática, y Hernán en el Partido Liberal, pero entre comillas, Hernán apoyó a Alcides*” (Entrevistado N°6, 14 de noviembre, 2013).

“Sí, todos ellos se juntaron, Alcides y Darío García ayudaron a la primera alcaldía de Hernán. Hernán a su vez, ayudó a Alcides para que fuera Alcalde con el propio Doctor Darío García y con León Darío Orozco; ellos eran del mismo grupo. Para esta segunda alcaldía Hernán se dividió de Alcides que tenía otro candidato, el Doctor Rivas, y le hizo campaña en su contra. Darío Apoyó a Hernán en las dos candidaturas, por cuestiones familiares, son primos hermanos, porque son de la misma vereda, Las Cuchillas” (Entrevistado N°2, 15 de febrero de 2014).

Este testimonio lo refuerza otra entrevistada, cuando afirma que:

“Hernán apoya a Alcides: se da consenso, se hizo encuesta y quedó Alcides, se le da apoyo y se da a conocer su nombre, lo presentaban. Y como Hernán no podía hacer política, entonces, a través de nosotros, *los aliados*,

le decíamos a la comunidad que a través de él íbamos a seguir las obras, que la alcaldía iba a seguir igual, que íbamos a seguir trabajando por los proyectos sociales, entonces el equipo que acompañó a Alcides fue el mismo que trabajó con Hernán, aunque sí hubo una división: el Tipi, quería ser alcalde y lanzó su candidatura aparte, pero luego volvió al grupo de nosotros, al de Hernán” (Entrevistado N°3, 18 de mayo de 2014).

Alcides Tobón gana las elecciones, pero luego, entre éste y Hernán Ospina se rompen las relaciones políticas.⁸³ Mientras tanto, entre 2008 y 2011, Ospina ‘*permanece*’ en contacto con la comunidad y con los políticos:

“Se dedicó a hacer trabajo con la comunidad, no perdió contacto con los líderes, la gente lo invitaba a reuniones y él atendió el llamado de la comunidad; se dedicó a sus negocios y siguió (en contacto) con Eugenio Prieto del Partido Liberal en 2010” (Entrevistado N°3, 18 de mayo de 2014).

En el marco de la *permanencia en el poder*, para las elecciones de 2011, Hernán Ospina lanza de nuevo su candidatura, y entre los rionegreros se percibe como el más popular por su fuerza de arrastre superior a la de los demás candidatos. Al ganar de nuevo las elecciones, demuestra su permanencia, se reafirma como *jefe de su red y del municipio*.

“Nosotros conocíamos su trayectoria como Concejal, como Alcalde; nosotros analizamos la posibilidad de apoyarlo y él nos permitió que escuchara nuestras propuestas. El compromiso era que algunas de esas propuestas se llevaran al programa de gobierno, por lo cual decidimos apoyarlo. Yo me lancé al concejo por el Partido Verde y logré llegar” (Entrevistado N°5, 14 de noviembre de 2013).

Desde el año 2000 se tiene a un líder que se presenta como opción de poder, dándose a conocer; se vuelve a postular en 2003 y logra posicionarse como jefe político al ser elegido. En la siguiente contienda de 2007 presenta a su candidato, pero insiste en

83 Iniciado este periodo administrativo, las lealtades entre Hernán Ospina y Alcides Tobón, se rompen en medio de los juegos de poder local.

consolidarse como jefe político y popular con la reelección en 2011. En cuatro elecciones consecutivas pone su sello: tres candidaturas, dos alcaldías, y en otra pone el candidato.

El jefe se convierte en el gran motor de cualquier coalición, pero al interior de cada equipo hay unas figuras muy representativas. Ser la cabeza visible y el eje articulador de un grupo implica reconocimiento por parte de sus seguidores. Con esto se está aclarando que Hernán Ospina es el jefe de una de tantas redes locales y, a la vez, el jefe del gobierno municipal, esto alude a la consecución y permanencia en el poder local, tema de esta investigación.

4.1.1.2 Los intermediarios y los clientes

La complejidad de la red demanda la existencia de *intermediarios* porque no todas las relaciones son directas y la conectividad entre actores es diversa. Los intermediarios ocupan posiciones clave para la producción y reproducción de la red (Rubio, 2003).

4.1.1.2.1 Los dirigentes y los líderes de partido, una mini sociedad civil

A los dirigentes y a los líderes de partido, se les llama amigos políticos y con ellos se comparte la actividad política. Para Cazorla (1994), cada uno de los actores considera útil contar con un aliado superior o inferior a él mismo, es una relación que puede ser extendida al entrar una persona adicional, quien actúa como *intermediario o instancia de mediación*.

En el año 2000, *momento de la pre-configuración de la red*, la estructura organizativa era simple, era un grupo de campaña. Para ese entonces, se contaba con amigos-dirigentes que proponían directrices políticas para diseñar el programa de gobierno y la metodología para el desarrollo de la campaña. Ellos, en general, eran algo así, como los asesores del candidato. Con ellos, se montó una *pequeña estructura* con el fin de desarrollar funciones y tareas de importancia: había una *coordinadora de sede*,⁸⁴ rol asumido por la

84 La sede se ubicaba sobre la calle 50 con carrera 46, junto al matadero, donde funcionaba la empresa de transportes de las busetas de Marinilla (prestada).

señora esposa de Hernán Ospina, ella coordinaba, dirigía y daba la pauta para las actividades a realizar durante campaña electoral: “el gran apoyo mío se llama Luz Estela Valencia,⁸⁵ yo le ponía las ganas, el empeño [...] Luz Estela coordinaba todo” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

El cuasi *gerente de campaña* era Aldemar Zapata; había unos *amigos-dirigentes* entre los que estaban: Hernán Darío Álvarez, Mauricio Rendón, Javier Arroyave, Jorge Urrea, Gonzalo Martínez y Fernando Giraldo. Entre estos dirigentes el rol de *jefe de debate* lo tenía Hernán Darío Álvarez, también candidato al concejo por la Alianza Social Indígena (ASI), el único ‘aliado’ que llegó al concejo en esas elecciones; además, aunque no hacía parte del grupo de dirigentes, se contaba con una secretaria. A esto se agrega que, se establecieron cuatro *comités*: político, social, económico y el de publicidad y logística. Se empiezan a agregar relaciones entre el jefe y los *brokers* de primer nivel. Hernán Ospina se refiere al atributo de esta estructura simple cuando dice:

“Eran pocos los profesionales. Esto lo hicimos con gallardía, había lealtad, confianza, ‘todo era de buena fe’, pero el tiempo le va enseñando a uno que no se puede confiar en nadie y menos en la política, porque uno está rodeado de bandidos” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

En este sentido, podemos aludir a la lealtad como atributo del clientelismo, a la que se le adicionan *acuerdos verbales* y el *carácter informal y voluntario* de una relación que es personal, basada en la *confianza mutua* (Rubio, 2003; Escalante, 1995; Gutiérrez, 1998). Esto era lo que se daba en este grupo que empezaba a configurarse en Rionegro.⁸⁶

85 Fue funcionaria pública durante 15 años en el municipio de Rionegro: agente de tránsito, secretaria ejecutiva. Su labor fue hasta la alcaldía de Darío García cuando se implementó la Ley 617 de 2000, a la cual se acogió. Luego se dedicó a apoyar políticamente a Hernán Ospina, su línea política siempre fue la del liberalismo oficialista.

86 Ospina empezaba a ser visto como un líder político, después de haber actuado como líder comunal y concejal, de la mano de otros políticos de gran liderazgo en

“En la campaña del 2000, cuando se lanza por primera vez, fue muy importante Mauricio Rendón de Laicos, que después fue concejal dos periodos; Hernán Darío Álvarez de la ASI, quien también lo apoyó y después fue presidente del concejo y candidato a la alcaldía; Gustavo Flórez del MOIR; Javier Rendón, ‘La Perra’, y lo apoyó también Aldemar Zapata de Participación Ciudadana” (Entrevistado N°5, 14 de noviembre de 2013).

Entre 2000 y 2003, la amistad y la lealtad se consolidaron entre los integrantes del grupo inicial, y para la campaña electoral de 2003 *la estructura organizativa se configura*, se establecen nuevos roles y las tareas se amplían; es una estructura más compleja. Un grupo de profesionales le hizo la propuesta a Hernán Ospina y aceptó, inclusive la primera reunión fue en su casa. Las cosas se empezaron a dar, se organizaron internamente como red, con una estructura más sólida, más organizada, con *brokers* de segundo y tercer nivel. Se contaba con una *coordinadora de sede*,⁸⁷ papel asumido por su esposa, y un *gerente de campaña*, Aldemar Zapata. Entre los *dirigentes* estaba de nuevo: Jesús Gonzalo Martínez, quien apoyaba la escritura de los discursos; Fernando Giraldo en cultura, Javier Arroyave, lleva la vocería en educación; Hernán Darío Álvarez, apoya lo político; Jorge Urrea con el liderazgo en la parte del desarrollo físico del municipio; Juan Alberto García, lidera la parte económica; además, Hernán Restrepo, Mauricio Rendón y Libardo Aristizábal; entran Hugo Parra, Gildardo Valencia y otros candidatos al concejo. En esta ocasión, no hubo *jefe de debate*.

Se conformaron *comités*: el de publicidad (comunicación), el ideológico (programático-político), el económico-financiero y el logístico. A cada uno se le asignaron profesionales que manejaran los temas y, al igual que en 2000, se contó con dos secretarías, un vigilante-oficios varios y un conductor.

Rionegro, bajo la modalidad de un clientelismo burocrático del que dependió por espacio de 7 años.

87 La sede se ubicaba sobre la carrera 50, con calle 51, al frente de la Escuela Julio Sanín, casa de Héctor Lara (alquilada).

Los dirigentes tienen la capacidad de acumular liderazgo y poder, dentro de la red, y esto depende del trabajo realizado en campaña y de su lealtad en época no electoral; todo se dirige a cautivar electores para conseguir apoyo y votos. De nuevo, se hacen evidentes algunas de las características del clientelismo, se refleja lealtad entre los actores o como diría Gutiérrez (1998), las lealtades están asociadas con un patrón y con una sensación subjetiva de interdependencia, en este proceso de configuración de la red:

“En el 2003 cuando se lanza por segunda vez, y es elegido por primera vez, todo el Partido Liberal: de nuevo Hernán Darío Álvarez, Jorge Echeverri Ramírez ‘Risas’, Olinzer Osorio, Diego Ospina Arbeláez y algunos ex secretarios de administraciones pasadas como Jorge Urrea. Del Movimiento Político Comunal y Comunitario de Colombia, liderado por Libardo Aristizábal, estaba: Mauricio Rendón, Carlos Andrés García, Gildardo Valencia, Luis Alfredo Ospina, Rodrigo Agudelo, Hernán Restrepo y [...] Franz Galvis” (Entrevistado N°5, 14 de noviembre de 2013).

Desde la preconfiguración de la red, la mayoría de las personas permanecen, incluso se unen líderes de diferentes partidos y movimientos políticos, que prefieren integrarse al grupo de Ospina por intereses políticos.

“Las coaliciones con Hernán se mueven por intereses económicos y burocráticos, es por ansias de poder, no había conciencia política, eso se hizo porque era el favorito y el más cercano y popular a ganar (las elecciones), y ahí muchos se acomodan” (Entrevistado N°10, 18 de mayo, 2014).

Para la campaña de 2007, con la candidatura de Alcides Tobón, apoyado por Hernán Ospina, la estructura de la red se configura con prácticamente los mismos personajes:

“En ese tiempo, políticos reconocidos en la campaña: Humberto Tejada, Diego López, León Darío Orozco, Mauro Rendón, Libardo Aristizábal; concejales del periodo anterior, líderes, y obviamente Hernán Ospina que era a quien habían decidido apoyar en la campaña y él tenía incidencia con los intermediarios. pero como él no podía hacer política, ponía

a su maquinaria: a los secretarios de despacho, Estela Valencia (su esposa), Juan Alberto García, Jorge Urrea; Secretarios como Javier Arroyave, Edgar Cárdenas, y los líderes son pocos, le dejan esa tarea a los presidentes (de las JAC) que se han ido burocratizando, se han clientelizado, y eso resulta en unas negociaciones para sus familiares y allegados y no en función de la comunidad. Si un presidente (de una JAC) abre camino a apoyar a un candidato a la alcaldía o concejo, es porque ya tiene amarrado que le van a poner la hija a trabajar o le van a dar una beca o un contrato. Sí, falta un ejercicio de formación política”. (Entrevistado N°10 18 de mayo, 2014).

Para estas elecciones, la estructura cambia, ya se diferenciaban niveles:

“En cuanto a jerarquía, *en el primer nivel* estaban los dirigentes, solo se reunían entre ellos, trazaban las grandes líneas, ese era un tema exclusivo de ellos, eran un grupo aparte. La cabeza de cada partido [...] León Darío Orozco era cabeza fuerte, Diego López, Humberto Tejada, Libardo Aristizábal, Andrés Aristizábal, [...] eran los fuertes de la coalición. El jefe de debate era Hugo Parra y Alcides estaba al mismo nivel de ellos. Organizaban el tema, los líderes tenían sus ambiciones y debían quedar representados. *En el segundo nivel* entrábamos todos los comités, era la parte operativa de la campaña, la mayoría éramos profesionales, aportábamos al programa de gobierno [...] y después se llevaban los aportes a reuniones generales donde estaban todos los comités. Los comités eran educación, salud, transporte, infraestructura, eran cinco o siete [...], cada equipo desarrollaba su parte y nosotros acompañábamos al candidato, eran entonces reuniones y acompañamiento. *El tercer nivel* se ocupaba de la parte física del lugar de la campaña, estar en la sede, llevar registro, organizar papelería, asear la sede, administrar logísticamente la sede; no participaba con ideas, sino en logística. Había un comité de logística que se encargaba de organizar y planear las actividades y si éstas eran masivas, entonces se contrataba el servicio. *En el cuarto nivel* estaban las personas que contrataban para repartir volantes e información; nosotros también lo hacíamos en reuniones; otros la repartían masivamente” (Entrevistado N°12, febrero 14 de 2014).

Para 2011, la estructura de la red se fortalece y se reconfigura. Ya hay una *estructura central de campaña*, es el *comité central* que toma decisiones y asesora al candidato. Para esta campaña electoral, la

*gerente de campaña y coordinadora de sede*⁸⁸ sigue siendo Estela Valencia, su esposa. Ella tiene poder de decisión y maneja las direcciones, los eventos, el lanzamiento y el cierre de campaña; a ella se invitaba cuando un concejal quería promocionar sus propuestas, además de coordinar los comités.

“Ante la popularidad del candidato, el *jefe de debate* debía ser una persona con un carisma igual o superior al candidato, por tanto, no hubo jefe de debate y este papel lo asumieron los candidatos al concejo de acuerdo al escenario. [...] A ellos se considera intermediarios, por cumplir la misma función, conseguir capital electoral, tanto para ellos, como para el candidato a la alcaldía. En vista de que había tantos movimientos y partidos políticos apoyando la propuesta de Hernán Ospina, se nombraba uno o dos representantes por cada partido para esa estructura central”⁸⁹ (Entrevistado N°3, 10 de abril de 2014).

Se convocaba a los representantes de cada sector temático y así se discutían los asuntos más importantes que tenían que ver con el fortalecimiento político: intereses generales, propuestas o asuntos programáticos que seguramente iban a tener mayor incidencia en los escenarios de debate electoral con otros candidatos.

Formalmente, *la estructura se reconfiguró* a partir de los sectores de incidencia en los cuales el jefe y los líderes actuaban con la comunidad urbana y rural o con los gremios que representaban. Entonces, lo que se pensó cuando se formuló la propuesta del programa de gobierno, fue que quienes tuvieran influencia, por ejemplo, en el sector transportador, convocaran a algunos líderes a mesas de trabajo para que éstos fueran los voceros de la campaña en esos temas. Se establecieron *comités con 56 mesas de trabajo*: salud, educación, familia, deporte, infraestructura, agropecuario, seguridad y transporte. Entonces, se convocaba a los representantes,

88 La sede se ubicaba sobre la calle 49 con carrera 51, al frente de la Funeraria Noreña, casa de Jorge Acosta (alquilada).

89 León Darío Orozco, Gregorio Orjuela, Fernando Valencia (PIN); Álvaro Arias y Giovanni García (Cambio Radical), Gildardo Valencia (de la U), Genaro Tabares (Partido Verde); Jaime Baena (AICO) y Juan Manuel González, Melquisedec Serna y Leidy Arias (ASI).

según sectores específicos: cuando había debate de cultura estaba Fernando Giraldo; cuando había que hablar con los estudiantes o en la Universidad, iba Javier Arroyave; cuando se trataba de la estrategia publicitaria, el comunicador era apoyado por otros dos diseñadores gráficos; quien se encargaba del comité programático era Bertha Muñoz. Así mismo pasaba con el asunto ecológico, el comercial, el empresarial, entre otros. Igual que en las estructuras anteriores, un rol imprescindible en cualquier organización es el de las *secretarías*, que en esta campaña fueron tres. Con esta estructura, el objetivo político era ganar la alcaldía, conseguir el poder local, con lo cual se manifestaba la permanencia en él.

Los *temas tratados en reuniones* tenían que ver con el fortalecimiento del grupo: aumentar el número de concejales, organizar campañas, abordar problemáticas locales. Era la *estrategia política*, cuyo eje central lo constituía el programa de gobierno, instrumento para controvertir a los demás contendores y pisar fuerte en la plaza política, todo con el apoyo de la estrategia publicitaria.

Si el tema era la *selección del candidato*, uno de los precandidatos del Partido Liberal para las elecciones de 2003, cuenta que se estableció un proceso de inscripción de precandidatos a la alcaldía como parte de un proceso democrático para participar en una consulta interna: quienes se inscribieron quedaron comprometidos a apoyar al candidato seleccionado en representación del partido. En vista de la renuncia del elegido, el partido invitaría a un líder que gozara de gran popularidad al cual deciden apoyar.

“Para la elección del candidato, no era entre los más preparados o con apoyo de profesionales, era el más popular y de mayor peso: en ese entonces el Partido Liberal, formó un grupo alterno académico que lo llamábamos “Asociación de Profesionales”, donde nos reuníamos una variedad de profesionales. Allí estaba Jesús Nicanor Betancur Ramírez, periodista, un tipo muy rebelde, una extracción de Centro Izquierda, muy social; entonces en ese grupo había un sinnúmero de líderes, pero de allí pudo haberse extraído a casi todos los miembros del concejo o del gabinete. El problema es que aquí se tejen muchos intereses particulares, y como hay gente tan comprometida y tan honesta, desafortunadamente,

la clase política prefiere no darle la oportunidad, porque con ellos no van a obtener los favores que siempre buscan. [...] Para la época, el Partido Liberal ya estaba muy diezmado y yo decidí participar como precandidato a la alcaldía por el Partido Liberal, es más, fui de los primeros que salí con un programa de gobierno y con un equipo académico asesor; pero el Partido Liberal se vio en la tarea de ofrecerme un proceso donde nos inscribiéramos varios precandidatos, y se comprometía a apoyar mi nombre, y esto lo haría para demostrarle al pueblo de Rionegro que era un proceso democrático, con la sorpresa de que cuando hicimos este acto de inscripción en el Concejo Municipal, yo no estaba solo, sino que apareció José Luciano Zuluaga, Mariano Ríos, Humberto Villegas, Diego Ospina, y desde ahí, yo sospechaba que me estaban haciendo el cajón, una segunda jugada, y resulta que por haberme inscrito quedé amarrado, y tuve que participar en una consulta para la alcaldía, consulta que por supuesto el pueblo rionegrero estaba acostumbrada a ella, y como las maquinarias se mueven en esto casos, y yo por supuesto, yo no era de mayor agrado de los que manejaban los cuadros políticos en Rionegro. Salí derrotado, ganó Diego Ospina, persona a la cual teníamos que dedicarnos, estábamos comprometidos porque así lo habíamos firmado a acompañar su candidatura; pero él declinó porque habían (sic) contrincantes muy fuertes, las encuestas favorecían a Andrés Julián Rendón y había un candidato con una fuerza considerable, Hernán Ospina, entonces el Partido Liberal, decidió invitarlo a que se sumara a la campaña y allí todos le dimos el apoyo y le dimos el aval” (Entrevistado N°16, 26 de octubre de 2013).

Para las elecciones de 2007, la selección del candidato a la alcaldía se recuerda como algo difícil, como un proceso largo, así lo expresa uno de los exalcaldes:

“Yo era diputado en ese momento y un grupo de amigos me propuso que participara en ese proceso de la precandidatura a la alcaldía, eso terminó en 5 candidatos y a lo último me dieron la bendición para que asumiera ese papel. Eso fue un *reality*, primero fueron encuestas, contratamos un experto en encuestas para que definiera de esos 5 quién era el opcionado, fue un empate técnico entre Gilberto Garcés, Hernán Darío y yo. Hubo empate que no permitió de entrada un ungido, de ahí se hizo una reunión grande de ciudadanos, nos exigieron a los 5 ponernos de acuerdo en un candidato, eso fue un 15 de febrero de 2007, donde el acuerdo final coincidió en que fuera yo el candidato. Fue un impacto para todos los grupos pues había más hombres que tenían más ganas de ser candidatos

en ese momento, pero la historia dijo que tenía que ser yo” (Entrevistado N°8, 24 de octubre de 2013).

Otras veces, los partidos simplemente conceden el aval para las elecciones, es la feria de los avales; es lo que ocurrió con el aval que dio la ASI (2011) a Hernán Ospina, siendo de tendencia liberal, puesto que tanto los partidos tradicionales, como muchos partidos recientes, han decidido brindar avales de manera indiscriminada. A esto hace alusión un dirigente comunal y comunitario: “El partido solo servía como instrumento para avalar, para inscribirse como candidato, y si el partido no puede inscribir sino uno, entonces, yo soy liberal, pero me inscribo como un conservador, y así, es la degradación de la política” (Entrevistado N°4, 16 de febrero de 2014).

Son como partidos de alquiler o simples paraguas flexibles para guardar temporalmente personajes políticos a título individual; por eso, el esfuerzo electoral se volvió un ejercicio individual y no de los partidos. Esto incentiva el clientelismo, la personalización de la política y conduce, aún más, a la fragmentación interna de los partidos.

“Los líderes hemos aprendido a movernos, a negociar con todo mundo, al que más me dé o me proyecte. Entonces la gente que tiene una camiseta de momento, fácilmente se cambia esa camiseta. Esto es tan desarticulado, los grupos políticos andan sueltos, fragmentados, más con un interés personal, y la política es buena porque uno tiene interés de proyectarse como persona, pero también como un político social y de justicia. Nosotros trabajamos con las personas más vulnerables” (Entrevistado N°7, 9 de septiembre de 2013).

Esta red, cuenta con una estructura interna o una estructura organizativa de campaña para ganar elecciones y se vale de estrategias parecidas; *la diferencia* está en que la red se configura con personas de diferentes partidos, movimientos políticos⁹⁰ que, aunque tienen

90 Además de líderes de JAC y grupos sociales organizados, que cuentan con cierto número de seguidores, se cuentan los actores económicos que sin ser parte de la red ofrecen apoyo con recursos para la campaña. Pueden haber actores por fuera de la red, pero son determinantes por sus aportes económicos.

personería jurídica y actúan de acuerdo con unos estatutos, entran a la red de manera voluntaria, informal; se rigen por la confianza, la amistad, y muchas veces actúan guiados por intereses personales, al apoyar a un candidato que se vislumbra como ganador y que puede ser de uno de tantos partidos o movimientos. Esto lo hacen con el fin de hacer parte del poder político local, de estar adentro. Recuértese con Rubio (2003) que un atributo que se le da a la red es el de sistema de oportunidades para sus afiliados, lo cual genera adaptación a entornos institucionales cambiantes e induce a alianzas con otras redes, con movimientos y partidos políticos, esto con el fin de continuar como fuerza política mediante un proceso de intermediación clientelar. La red se va tejiendo con dinámicas y procesos de adaptación a las transformaciones políticas.

“[...] los del partido de la U, a nivel local, no jugamos en equipo, entonces cada uno hace lo que le da la gana. Entonces, que se hable de unas tareas de ese trabajo en equipo o de unas funciones, no hay nada en la práctica, todo es de papel, porque no se cumple. [...] Que estén buscando algo por alianza o por fortalecer algo en el municipio, por sacar propuestas, nada. Que digan: ‘vamos a reunirnos todos los de Rionegro sin importar las tendencias, los matices para sacar una propuesta en el tema de Educación o de Salud’, nada. Porque cada concejal está donde le conviene, sin ni siquiera apoyar al propio candidato de su partido. [...] Si nos reuniéramos, los temas a tratar debían ser temas para el fortalecimiento del partido [...], pero cada uno tiene un interés distinto porque no hay un trabajo en equipo del partido” (Entrevistado N°15, 9 de septiembre de 2013).

Pero ese estar adentro, es guiado por intereses particulares, tanto para el periodo electoral como para el no electoral, se da un clientelismo electoral y relacional.

4.1.1.2.2 Los comunales y el movimiento comunal

Bajo la denominación de *comunales* se oculta una gran gama de actores de la red, la mayoría intermediarios, personas que conectan las bases sociales, las comunidades, la gente de barrios y veredas

con la cabeza de la red. Pueden ser dirigentes de las JAC,⁹¹ líderes barriales o representantes de asociaciones de vivienda comunitaria.

En lo que se refiere a las formas de organización comunitaria en Rionegro, éstas son tradicionales y aunque con alguna influencia partidista, han logrado permanecer y ganar capacidad de gestión, porque representan los intereses de la comunidad. Entre los movimientos comunales y comunitarios, el más destacado en lo político ha sido el Movimiento Político Comunal y Comunitario de Colombia, que luego se integra a AICO. Otros han sido, el Movimiento de Participación Ciudadana y la Alianza Social Indígena.

Los líderes del *Movimiento Político Comunal y Comunitario*, han aportado capital electoral importante para que lleguen al poder los candidatos electos, esto desde la Elección Popular de Alcaldes, en nuestro caso entre el año 2000 y el 2011, especialmente hasta el año 2007. Al interior de este Movimiento cuya nominación inicial fue Movimiento Cívico Comunal y Comunitario, surgió Hernán Ospina como funcionario público desde el inicio de la Elección Popular de Alcaldes hasta su primera aspiración como concejal. Su líder, Libardo Aristizábal, relata la trayectoria del Movimiento Político y su papel de líder dentro de él:

“Sí, se puede decir que desde el Movimiento Comunal y Comunitario, acá en Rionegro y a nivel departamental el contacto siempre fui yo. [...] Desde mi ejercicio social (porque llevo haciendo trabajo comunal hace muchos años),⁹² vi que realmente se podía transformar la política o sobre todo el concepto de política, que *había que estar adentro*; pero lo que no me gustaba era el tema de los partidos, porque se hablaba mal de ellos. Cuando eso, comenzamos a buscar alternativas. En todo ese asunto de conocer la política, de estrenar la elección popular de alcaldes, de ver que eso era bueno, viene la Constitución Política de 1991 [...] que fue la que abrió espacios para la democracia, para la participación política

91 Por diseño institucional constituyen la micro-representación, son canales e interlocutores en los intercambios (Gutiérrez, 1998: 85).

92 Desde ese escenario de participación política en Rionegro, fue Vicepresidente de la Confederación Nacional Comunal y Presidente de la Federación Comunal de Antioquia.

de los ciudadanos, sin tener que matricularse o ir a rendirle pleitesía a los partidos tradicionales liberal o conservador, sino que se podían recoger firmas o armar movimientos. Después de la Constitución Política, en Colombia llegaron a haber alrededor de 76 partidos o movimientos políticos, empresas para afiliarse, hacer carrera electoral, entonces nosotros creamos lo que inicialmente se llamó Movimiento Cívico Comunal. El movimiento nació en 1986, antes de la primera elección popular de alcaldes y dentro de él, fui concejal en dos períodos (1990-1992 y 1992-1994); después, desde 1995 se empezó el proceso de recolección de firmas para tramitar la Personería Jurídica que se consiguió en 1997, cuando cambió de denominación, para llamarse Movimiento Político Comunal y Comunitario de Colombia, porque lo metimos en el escenario nacional y específicamente, fui yo el fundador en Rionegro y en el departamento. A nivel local tuvo su primera participación como Movimiento Político en las elecciones del año 2000 con Rodrigo Agudelo como representante, que le puso 1111 votos. En 1996, fui aspirante a la Asamblea de Antioquia y volví a intentarlo en el 2003. Actualmente (2013) soy el representante de la Federación Departamental de Acciones Comunales. [...] Este movimiento no ha sido un movimiento para formar dirigentes, los cargos eran coyunturales, es más, en un momento dado, las peleas por ostentar un cargo se daban de acuerdo a las coyunturas políticas: ‘como viene la elección y es la *junta la que toma la decisión de cuál candidato avalamos [...]*’, entonces veían cómo meterse en la junta. Los cargos no se daban por méritos, ni por el interés de ayudar. El Movimiento Político Comunal y Comunitario se acabó con la Reforma Política de 2003, y al perder la personería entramos a denominarnos con AICO” (Entrevistado N°4, 9 de septiembre de 2013).

Este grupo fue *mediador* y aliado en las relaciones entre el candidato ganador y la comunidad en general, es decir, *entre el patrón y los clientes*, al aportar votación significativa a los alcaldes electos. Fue un vehículo y una ruta para comunicar a la comunidad rural y a las organizaciones sociales con los líderes políticos municipales, un elemento a través del cual los dirigentes políticos llegan a las bases y se acercan a ellas.

“El comunal, *es un intermediario* que escucha, tiene más acercamiento con la comunidad y con los líderes y candidatos. Es muy difícil que escuchen a cada uno por separado, por eso, me metí en la JAC, porque debe haber un representante que lleve inquietudes, que presente necesidades, que sea

vocero. Así se consiguen más fácil las cosas. [...] Por eso, en el 2000, toda la comunidad del sector norte apoyó a Darío García, igual pasó con Hernán Ospina en 2003, con Alcides Tobón en 2007 y nuevamente con Hernán Ospina en 2011. En un trabajo político lo que se busca es el apoyo de los líderes comunitarios, ellos son fundamentales en las elecciones. No podemos desligar el trabajo comunal del liderazgo de la política, porque por ende con ellos vamos a trabajar” (Entrevistado N°9, 21 noviembre, 2013)

Varios líderes comunales coinciden en reconocerse como intermediarios entre su comunidad y los gobernantes. Ellos, aportan sus testimonios:

“Los intermediarios somos más bien los *líderes comunitarios* que definimos a través de un proceso de conocimiento lo que se debe hacer, con una propuesta en favor de la comunidad de Rionegro. Los líderes propiciamos todo el proceso en favor de los votos, Abreo, Las Cuchillas [...], somos los presidentes de alguna JAC, organización social, asociación [...]” (Entrevistado N°17, 15 de febrero de 2014).

“Los *intermediarios* somos los *líderes comunales* que participamos en *convenios y contratos* para mejoras sectoriales, quebradas, entorno, guardabosques” (Entrevistado N°18, 15 de febrero de 2014).

De manera concreta, en las elecciones del año 2000, el Movimiento Comunal apoyó a Darío García y mostró solidez con la elección de Rodrigo Agudelo como concejal, quien obtuvo una muy alta votación procedente del sector rural norte y del barrio El Porvenir.

Para las elecciones de 2003, a lo mejor con la esperanza de unificar y restituir su liderazgo, los liberales encontraron en Hernán Ospina un candidato fuerte y le dieron el aval después de una consulta interna en la que el elegido renunció. Igualmente, el liberalismo sacó una lista con varios candidatos para el concejo que no fue suficiente. Ante esta situación, la estrategia fue buscar un partido alternativo que avalara a otros candidatos que ya no cabían en la lista, pero aportarían un importante número de votos; de ahí que éstos, se unieron a las bases comunitarias del Movimiento Político Comunal y Comunitario con cuyo aval se inscribieron. La estrategia fue entonces, la alianza entre los dos grupos, el Partido Liberal y el Movimiento Político y

Comunitario, con quienes arrancó la coalición. El Movimiento apoyó electoralmente a Hernán Ospina y este se apoyó en el Movimiento al inscribirse formalmente en la Registraduría los candidatos que necesitaban el aval. Finalmente fue el grupo que más votos aportó, según lo manifiesta uno de sus dirigentes.

“Salieron electos cinco concejales, de los cuales realmente no salió ninguno, porque el auténtico aspirante al concejo, el que creó la base electoral local, después de conseguir la Personería Jurídica, se quemó; quienes fueron electos utilizaron el movimiento solo para avalarse. Ellos no habían sido comunales, sino activistas de diferentes partidos. El movimiento aceptó el juego sin medir las consecuencias de que uno de sus integrantes quedara por fuera. [...] La participación del Movimiento no fue proporcional al número de votos y curules obtenidas por el Movimiento, porque quienes se inscribieron actuaron acorde a intereses particulares, a la primera oportunidad de cambiarse lo hicieron, antes de los dos años” (Entrevistado N°4, 9 de septiembre de 2013).

Cerca de 8000 votos para el concejo aportados por este Movimiento, junto con casi 6000 aportados por el Partido Liberal que estaba avalando a este candidato, más otros votos de otros partidos, sumaron 17.165 votos, cifra que ayudó a Hernán Ospina a ganar las elecciones y a consolidarse como jefe y líder político local en ese período electoral.

En las elecciones de 2007, el Movimiento Comunal bajo la nominación de AICO, apoyó con 4394 votos al candidato ganador de la alcaldía Alcides Tobón; en 2011 se presenta dividido, por un lado, se apoya a Hernán Ospina y por otro, se apoya al candidato de su propio movimiento. Lo que sí es cierto, es que la mayoría de líderes comunales impulsaron en cada sector urbano y rural la candidatura de Hernán Ospina en estas elecciones.

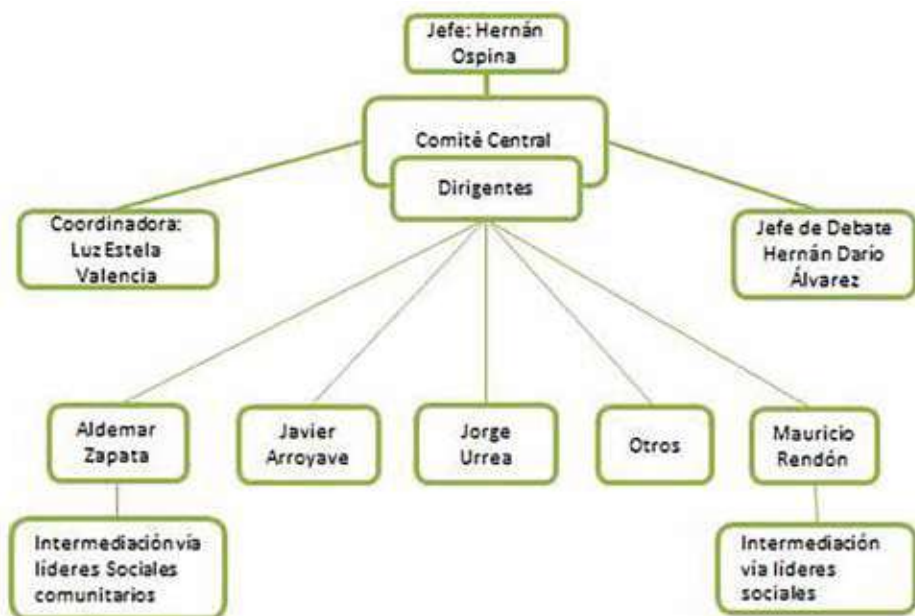
Teniendo en cuenta que, el clientelismo como todo pacto genera dinámicas al interior de su estructura que con cierto grado de asimetría la hacen sostenible (Gutiérrez, 1998), se alude a otros participantes y al trabajo en red, tal como lo plantean Echeverri y Arenas (2007), un trabajo que lleva a que se *amplíe la estructura de la red*, caso en el cual el clientelismo pasa a conformar *cadena*s con

intermediarios entre patrones y clientes (Rubio, 2003); una compleja cadena de uniones personales, cuya vinculación entre las partes *no es de dependencia* sino de complementariedad y de intercambios (Corzo, 2002). Aquí se aprecia a los comunales como un grupo entre el patrón con sus dirigentes, y los clientes.

Las estructuras descritas se presentan en estas figuras según momentos:

Primer momento: la red presenta una estructura con pocas conexiones, no hay estructura fuerte y esto la hace débil, poco densa. Se destacan de manera especial como intermediarios Hernán D. Álvarez y Aldemar Zapata y, en segundo lugar, Mauricio Rendón. Representan a la ASI, Laicos por Colombia y hay algunos amigos liberales. Nótese que son grupos minoritarios, sin opción de triunfo.

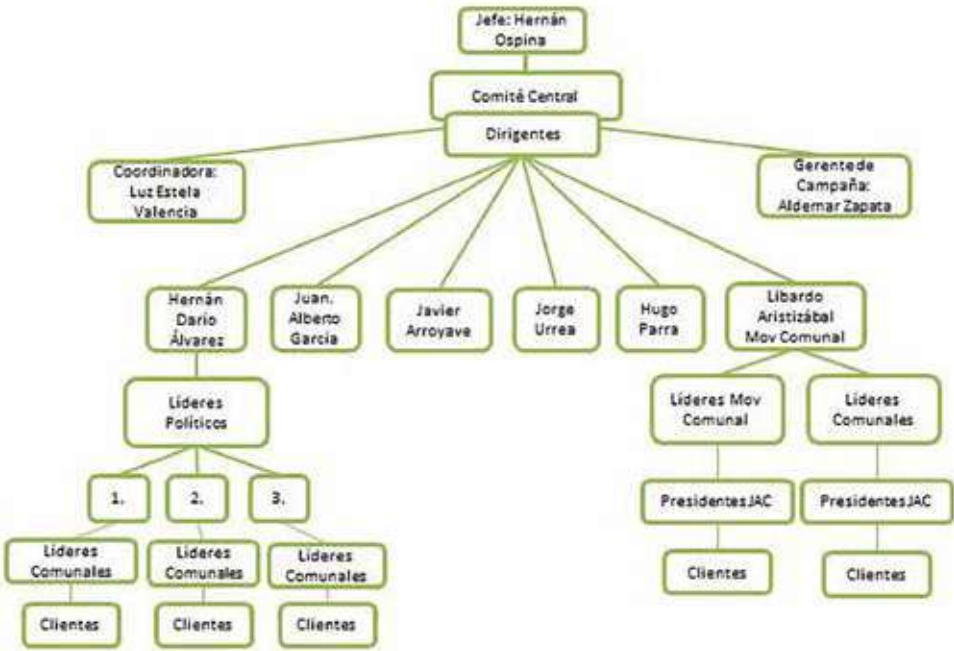
Ilustración 1. Estructura de la red: preconfiguración



Fuente: construcción propia con datos de las entrevistas y demás información recolectada.

Segundo momento: nótese la configuración de la red, el nivel de los intermediarios se amplía y algunos cambian de posición y entra un nuevo e importante intermediario, el Movimiento Político Comunal representado por su presidente Libardo Aristizábal, se amplía también el número de líderes políticos con suficiente capital electoral. Se multiplica el nivel de los clientes.

Ilustración 2. Estructura de la red: configuración

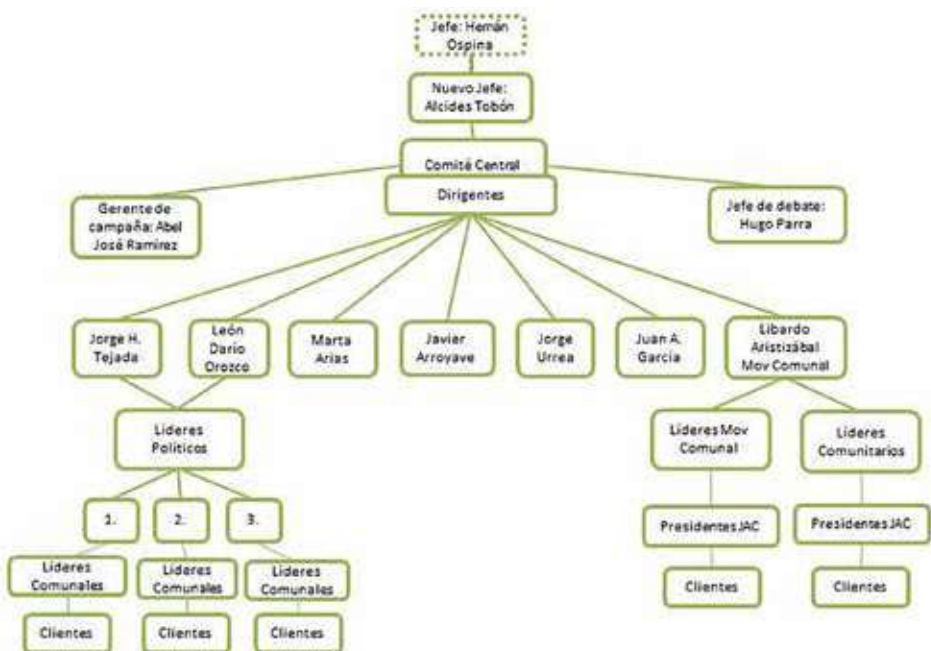


Fuente: construcción propia con datos de las entrevistas y demás información recolectada.

Tercer momento: nótese que la estructura de la red, se amplía, se agregan relaciones patrón-cliente en varios niveles. En la parte de los dirigentes, entran nuevas personas, especialmente líderes de partidos y movimientos políticos y el papel de la coordinadora se amplía. Se establecen más comités de trabajo, según áreas o

mesas con funciones más definidas. La estructura es más densa y se reconfigura respecto a la de 2003. Entre los líderes políticos aparecen y desaparecen algunos.

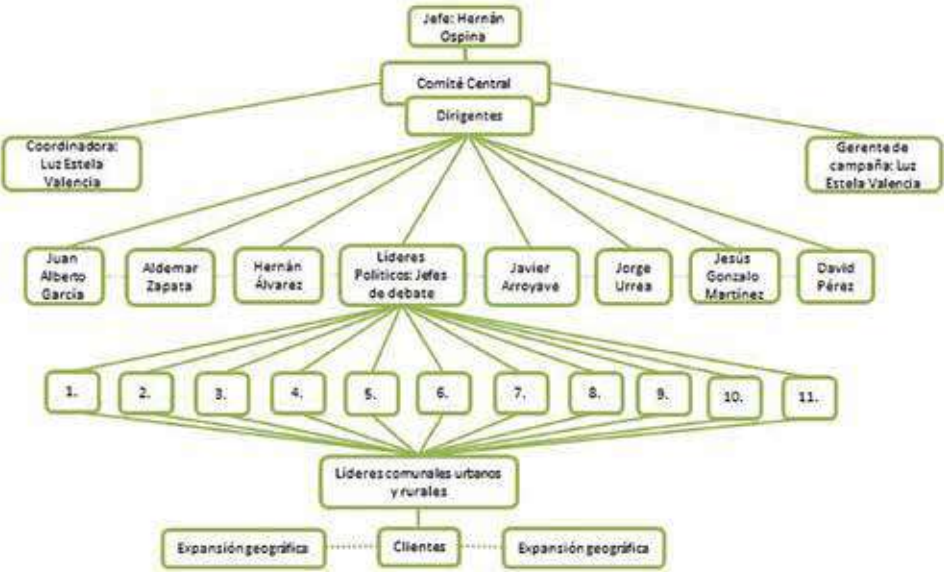
Ilustración 3. Estructura de la red: nueva configuración



Fuente: construcción propia con datos de las entrevistas y demás información recolectada.

Cuarto momento: nótese la ampliación en el número de dirigentes, esto debido a las alianzas y coaliciones entre diferentes grupos políticos rodeando a Hernán Ospina. En el equipo conformado se cuenta con un gerente de campaña y coordinadora de sede, director financiero, directores políticos, director de comunicaciones y muchos voluntarios, que conforman la máquina clientelista. Se da expansión geográfica.

Ilustración 4. Estructura de la red: reconfiguración



Fuente: construcción propia con datos de las entrevistas y demás información recolectada.

“El grupo político no tiene nombre, la gente lo califica como ‘los de Hernán’, o los ‘ospinistas’; así cuando se habla del quinterismo. En realidad, somos un grupo político que hemos venido trabajando hace 15 años. El primer grupo fue coyuntural, luego fue apoyado por diferentes matices políticos del municipio, pero sin nombre” (Entrevistado N°3, 18 de mayo de 2014).

Según Gutiérrez, el clientelismo no constituye un poder absoluto, sino un *pacto* con obligaciones mutuas, que está permanentemente en curso, y esto es lo que se ha dado en Rionegro entre los años 2000 y 2011 en una red que se fue ampliando, al contar con *intermediarios* con capacidad de acumular liderazgo y poder dentro de esta red. Todo esto depende en ocasiones del trabajo para obtener resultados electorales.

4.1.1.2.3 *Los clientes y la expansión geográfica*

Por lo general, los gobernantes locales tratan de *ejecutar sus obras*-obrismo- donde han tenido más apoyo electoral y donde se cree que podría haber una *contraprestación del electorado para elecciones posteriores*. En muchas comunidades hay necesidades latentes o inmediatas, los gobernantes las resuelven primero, allí donde más apoyo electoral tuvieron. Estas situaciones han generado *acercamientos entre ciudadanos o clientes y los líderes de los movimientos comunitarios*, y entre estos y los intermediarios del nivel directivo que son los que están más cerca del candidato. En suma, se da relación entre niveles, donde los intermediarios, *brokers*, o líderes de movimientos comunitarios han sido grandes *aliados* de los concejales y alcaldes que han estado en su momento.

Mediante esta relación de intermediación, gran cantidad de *obras* y recursos se han canalizado, y según el trabajo de los intermediarios que consiguen el apoyo de electores o clientes en cada contienda electoral, se pueden identificar sectores que han apoyado al jefe; algunas veces el apoyo se muestra concentrado y otras veces disperso por todo el territorio municipal. De ello se desprende que un sistema electoral delimitado geográficamente esté relacionado con algún grado de actividad clientelista. Siempre habrá una parte de la población que alimenta con votos a los partidos y a sus candidatos.

En el año 2000, Hernán Ospina contó con apoyo de clientes distribuidos de manera parcial en barrios y veredas, un potencial electoral disperso por el municipio. Se destacan en el casco urbano los sectores Alto del Medio, Quebrada Arriba, Cuatro Esquinas y El Porvenir; en la zona rural, el sector norte en general, especialmente en la vereda Las Cuchillas, cuya población se ha sumado a la de otras veredas cercanas a la autopista.

En el año 2003, a medida que se configura y consolida la red, se da más expansión geográfica en barrios y veredas:

“El Movimiento Comunal que apoyó a Hernán Ospina, tuvo mucha fuerza y dio gran apoyo en el sector rural centro y norte: Las Cuchillas, Río Abajo, Los Pinos, Santa Bárbara, [...]; en el sector sur, en Cabeceras, y en la zona urbana en el barrio El Porvenir” (Entrevistado N°4, 9 de septiembre de 2013).

Esta expansión geográfica fue mayor en la campaña electoral de 2011, cuando se unieron nuevos sectores rurales y urbanos que apoyaron electoralmente al candidato-jefe. Se ampliaron también las coaliciones políticas con el candidato, y así cada aspirante al concejo en representación de su grupo político, cubre un determinado sector y núcleo de población.

“Los líderes tienen el apoyo de la comunidad y entregan obras a la comunidad, especialmente en Galicia, Santa Bárbara, Río Abajo, Los Pinos, La Porquera, Las Cuchillas (sector rural centro y norte). *Esas obras las llevan los concejales o los líderes comunales* que se vuelven concejales. Mire [...], si no es la hermana, es el hermano el que preside la JAC. Otros concejales sacan votos, no en las mismas proporciones. [...] Un porcentaje muy alto del electorado es fiel a los líderes o depende de ellos para obtener una obra para la comunidad o un favor personal como un cargo, sí. La fidelidad que le tienen a Omar en Tablacito, Abreo, Abreíto, La Mosquita, es impresionante. Eso se puede analizar desde las cifras, por ejemplo, en el Corregimiento Sur: Hernán Restrepo, Jaime Baena y Yiseth Baena; mire a Raúl Restrepo, todos sus votantes eran de Cabeceras (Corregimiento Sur), de otra parte, no eran. En el Porvenir: Iván Marulanda y Mauricio Martínez con porcentajes muy altos, igual que Aristizábal [...]. Para estas elecciones había 230 candidatos (al concejo), de los cuales 70 estaban apoyando a Hernán Ospina, quien sacó votos en todos los barrios y veredas, pero se reconoce que tiene votos más cercanos y leales en el Corregimiento Sur, pero especialmente en el Sector Rural Norte, porque él es nacido en esa zona” (Entrevistado N°5, noviembre 14 de 2013).

Tabla 3. Expansión geográfica de electores

Año	2000	2003	2007	2011
Sector	Veredas y barrios	Veredas y barrios	Veredas y barrios	Veredas y barrios
Rural	Parte del sector rural centro y norte.	Abreo, Abreíto, Chachafruto, Mampuesto, El Carmín, Santa Bárbara, Río Abajo, Los Pinos, Las Cuchillas de San José, Tablacito, Cabeceras.	Cabeceras, Pontezuela, Cuchillas de San José, El Carmín, Abreo, Mampuesto; La Mosquita, Abreíto, Tablacito, El Rosal, Santa Teresa parte baja.	Cabeceras, Pontezuela, Abreo, Abreíto, Las Cuchillas de San José, El Carmín, Rancherías, La Mosquita, San Luis, Santa Bárbara, Galicia, Río Abajo, Los Pinos, La Porquera.
Urbano	Parte de El Porvenir	Parte de El Porvenir, parte de San Antonio	San Antonio, El Porvenir, Santa Ana, Alto del Medio, Cuatro Esquinas, Juan Antonio Murillo, Quebrada Arriba, Capilla.	El sector urbano en general y disperso.

Fuente: construcción propia con datos proporcionados en entrevistas.

Entonces, entre jefe, dirigentes, intermediarios y clientes, se establecen nuevas estructuras organizativas dentro del grupo o red a causa de la expansión geográfica y política, de ahí que surjan nuevos roles a raíz de la llegada de nuevos actores: asesores, jefes de campaña generalmente profesionales, organizados casi siempre en comités, con lo cual se ha posibilitado el avance social. Es un juego de actores con diferentes roles.

“Los clientes son los inversionistas, los constructores, los de tiendas y centros comerciales, los profesionales con la escasez de empleo que se acomodan para encontrar un trabajo en la estructura pública, la dirigencia

política tradicional, los líderes comunitarios, pues gran parte de la dirigencia política a través de sus bases permea las organizaciones comunales para tratar de cautivar votos y hacer gestión. Se acomodan” (Entrevistado N°10, 18 de mayo, 2014).

Rionegro ha sido un municipio de gran actividad política, de buen potencial electoral y electorado efectivo, situación configurada por el activismo de líderes barriales y veredales, especialmente de tinte comunitario. Esa actividad política y la movilización electoral a través de una maquinaria consolidada, ha sido fundamental para definir resultados electorales, la cadena de mediadores ha aumentado y han tenido la capacidad de movilizar gran cantidad de clientes. El incremento de clientes supone el aumento de apoyos y votos, es un método de movilización electoral.

4.2 Relaciones de la red con el entorno

Se ha mostrado la trayectoria del líder político, la pre-configuración, configuración y reconfiguración de la estructura de esta red, y se ha hecho referencia de manera general a los *comités* y a sus tareas durante las campañas. Ahora, se describen las *relaciones con el entorno*, es decir, a las relaciones basadas en el intercambio de recursos con la ciudadanía durante las campañas electorales y, posteriormente, a los intercambios expresados en burocracia administrativa y, finalmente, al desempeño del candidato-jefe en el escenario electoral, según datos electorales, y a las coaliciones políticas con fines electorales.

4.2.1 Relaciones basadas en el intercambio de recursos

A través de las redes se dan transacciones, se movilizan y transfieren recursos, lo cual genera en intermediarios y clientes *expectativas de futuro*, (Rubio, 2003; Gutiérrez, 1998; Corzo, 2002). El intercambio de recursos es el elemento clave en las relaciones de intermediación que giran en torno a los votos. En Rionegro, las formas organizativas de la red que han garantizado el *intercambio de bienes por votos*, han sido los *comités*, integrados por dirigentes o

asesores y otros intermediarios como líderes de partidos políticos y movimientos comunitarios.⁹³ Ellos, al ser parte de la red, adquieren capacidad de decisión y, a título personal, posibilidad de avance social o mejoramiento de estatus, al desempeñar un rol durante la campaña y después de ella, cuando por ejemplo entran a ser parte de la estructura administrativa del municipio.

4.2.1.1 *Relaciones con la ciudadanía en general y el intercambio de recursos*

Las relaciones con la ciudadanía en general, dependen de los tipos de intercambio (Cazorla, 1994), que pueden ser de naturaleza pública o privada y cuyo objeto de intercambio puede ser de bienes materiales o inmateriales. Los *bienes materiales* se refieren a los recursos económicos, personales o *político-administrativos*, con los cuales el patrón concede protección material a sus clientes para satisfacer necesidades menores de sectores marginales. Los *bienes inmateriales* se refieren a asuntos *jurídicos y administrativos*, como el trabajo en cargos públicos o de representación de intereses frente a terceros, los aprendizajes sobre el quehacer político y aquellos que se refieren a contrataciones laborales, asesorías o convenios (Schröter, 2010).

4.2.1.1.1 *Intercambios durante la campaña política: clientelismo electoral*

Durante las campañas políticas⁹⁴ las redes establecen relaciones con la ciudadanía y para ello se utilizan *mecanismos o estrategias de movilización* que son funcionales para los grupos políticos que pretenden ganar electores o sumar más votos. Hay algunas estrategias clientelistas como las brigadas y las visitas a barrios y

93 Se recuerda, siguiendo a Rubio (2003) que, los puntos en las redes pueden ser personas, grupos o conjuntos de relaciones, todos como actores importantes en la configuración de la red y en el desarrollo de estrategias para cumplir con el objetivo principal de una campaña, la consecución del poder político.

94 Las campañas políticas son un proceso persuasivo y, ordenado, dirigido a los electores para que depositen su voto por un partido o candidato, con el fin de obtener el triunfo electoral que es validado por la ciudadanía.

veredas, y otras que no siempre son clientelistas como la estrategia publicitaria con el plan de medios y la política con el programa de gobierno. Con ellas se busca establecer cercanía con la ciudadanía en general. Entonces, ¿en qué han consistido estas estrategias de intercambio o mecanismos de intermediación para ganar electores?

El objetivo de la *estrategia publicitaria* mediante su *plan de medios*, es fortalecer la imagen política del candidato que viene a ser el resultado entre lo que proyecta y lo que el electorado percibe. Según el comunicador y publicista de la campaña,

“Esta estrategia incluye: fotografía, lema o slogan de campaña, jingle, video; campañas publicitarias radiales, telefónicas, por medios electrónicos o redes sociales, piezas gráficas como vallas, pendón, pasacalles, afiches, volantes, manillas, pasteles y saludos personalizados muy amables y cordiales, por cierto” (Entrevistado N°21, 15 de febrero de 2014).

Son *recursos expresivos o simbólicos* que causan efecto en el votante, incluso van hasta el mismo día de las elecciones, cuando se entregan “*pasteles*” que indican por cuál candidato votar, dirigido especialmente a personas indecisas, con el fin de sumar o cautivar votos. Esta estrategia es clientelista cuando se hace intercambio con recursos *expresivos o simbólicos* (camisetas, gorros, lápices con el lema o imagen de un candidato) como los llama Gutiérrez (1998), a cambio de una simpatía política que puede traducirse fácilmente en votos.

La estrategia publicitaria es un proceso persuasivo, ordenado y dirigido a los electores para que depositen su voto por un partido o candidato con el fin de obtener el triunfo electoral, y el lema de campaña por ejemplo, es incluyente, invita a gobernar, maneja *el nosotros* incluido en el espacio social y el físico (Gutiérrez, 1998), hace parte del *clientelismo electoral o de campaña*. En este sentido agrega Muñoz (2014) que de la cantidad de personas que los candidatos movilizan en campaña, se infiere cuál es el candidato con mayores posibilidades de ganar, y en esto los medios de comunicación tienen su parte, ya que reportan datos sobre cómo va una campaña, quién

es el más visible con la publicidad. El clientelismo de campaña influencia las decisiones electorales, persuade a los votantes sobre el atractivo electoral de un candidato, y esto puede afectar los resultados electorales.

Uno de los elementos de la estrategia política, es el *programa de gobierno*⁹⁵ o las promesas programáticas de campaña, que contienen elementos y argumentos fuertes en cuanto a inclusión social y realización de *obras de desarrollo físico y social* para convencer a la ciudadanía; además, son útiles para entrar a pisar fuerte en la plaza política, salirle adelante a los otros contendores y mostrar que sus propuestas son realizables.

“Si bien, muchos [...] factores deben ser mirados con preocupación por su impacto directo en las comunidades nativas, en sus valores y costumbres y en su misma identidad; otros deben colocarse en el lugar de las oportunidades para planificar y promover un Rionegro venturoso con más futuro para cada uno de los hombres y mujeres que han visto y hecho de esta ciudad el lugar de sus sueños, realizaciones y aspiraciones de una vida digna, segura y con las mejores oportunidades de educación, desarrollo de la creatividad, desempeño laboral, emprendimiento, identidad y ejercicio democrático de sus derechos y deberes como ciudadano”. Programa de Gobierno 2012-2015.

El programa de gobierno es también una estrategia de campaña, persuasiva, ordenada, pensada y diseñada con los dirigentes y a veces con la comunidad. Está dirigida a todos los electores, incluso a los indecisos con el fin de convencerlos y sumar votos. También se da intercambio de *recursos expresivos o simbólicos* para establecer cercanía social con los electores; cuando en cada línea del programa de gobierno, se incluye *la justicia social y la equidad en la distribución de bienes públicos*, con lo cual se da a entender la importancia de la protección a los más vulnerables (Auyero, 2000; Stokes, 2007). Este

95 Es una propuesta de gobierno que se construye con y, para las comunidades desde sus experiencias y expectativas. Se establecen orientaciones en la inversión de los recursos públicos para el desarrollo social, económico y físico del municipio.

intercambio de recursos simbólicos también se hace evidente en los discursos de posesión.

El programa de gobierno es la puerta de entrada en caso de ser elegido, a un clientelismo relacional o duradero que se va a manifestar con obras de infraestructura y programas sociales, y para hacer posible estas obras se hacen efectivas las licitaciones públicas con contratistas que van a ejecutarlas durante el periodo administrativo.

Las *brigadas* son una estrategia común dentro de la dinámica preelectoral para establecer acercamientos con la ciudadanía.⁹⁶ Su objetivo es congregar gente y ofrecer algún servicio ocasional a cambio de simpatía, acompañamiento en la campaña y apoyo político a través del voto. Esas brigadas dependen casi siempre del espíritu del candidato. Por ejemplo, para las elecciones del año 2003, según lo narra el mismo candidato ganador:

“Se hacían brigadas de salud, convites en las veredas, había espacios de recreación, caminatas ecológicas, se hacían propuestas de infraestructura deportiva para las escuelas rurales y en general para el mejoramiento de colegios veredales, entre otras actividades” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

Varios líderes reiteran el asunto de intercambios durante las brigadas y expresan:

“En elecciones, Hernán apoyaba brigadas en veredas y su esposa acompañaba esas actividades: Se hacían, por ejemplo, brigadas con estilistas para peluquería, arreglo de uñas, tratamiento de piojos. Además, orientación jurídica, psicológica, médica, tamizaje visual, donación de lentes. En mi caso, apoyamos en el Sector de Los Pinos, necesidades en materia de salud, vacunación a personas y mascotas, jornadas de apoyo comunitario. En cuestiones de infraestructura, no, porque ese no es nuestro

96 Hay brigadas antes de elecciones con fines electorales y durante el gobierno con el fin de que la imagen de un político siga vigente, o como tarea de gobierno, que se hace desde una secretaría o dependencia especial.

estilo. Esto se hacía en la época de campaña” (Entrevistado N°5, 14 de noviembre de 2013).

“Se promocionó mucho la parte de la salud con grupos médicos y odontológicos, igual que la promoción del sector deportivo. Esto de manera especial en sectores rurales vulnerables como San Luis, Santa Bárbara, Río Abajo, La Porquera, Rancherías, La Mosquita [...]” (Entrevistado N°6, 14 de noviembre de 2013).

“Se dan dos o tres veces en cada una de las veredas, yo apoyo mucho los torneos de algunos barrios [...], además esto es lo que me ha mantenido vigente políticamente, hoy estamos apenas a 18 meses, faltan todavía 30 meses, y yo haciendo actividades y todos las hacen 6 meses antes, entonces la gente va calando eso, todo esto tiene un costo [...] eso es una forma espontánea, de cariño, de amistad, y de política; además de proyección personal, social, todas son de mi cuenta” (Entrevistado N°7 entrevista 9 de septiembre, 2013).

Según Schröter (2010) los *bienes materiales* se pueden referir a recursos económicos, con los cuales el patrón concede protección material a sus clientes. Muchas veces este tipo de intercambio se efectúa a través de *brigadas* que son un *método de movilización electoral durante la campaña*, donde se *distribuyen bienes materiales a cambio de apoyo electoral* y así el clientelismo se recrea como factor recurrente de expectativa, por el sentimiento del individuo de ser protegido por un “patrón” (Stokes, 2007). En los anteriores testimonios, se mencionó la entrega de lentes o gafas a personas de todas las edades, la atención de problemas de salud para niños: sacada de piojos, citas médicas y odontológicas gratis; igual que, citas de peluquería y manicure para las mujeres. Las brigadas son una modalidad de clientelismo electoral y una manera de conseguir votos, se realiza en época de campaña, y no como parte de los servicios que ofrece el gobierno.

“Este candidato es popular porque satisface la necesidad puntual del ciudadano, es el asistencialismo lo que lo respalda. ¿Por qué lo quiere la gente? Porque es el que tapa huecos, hace los rieles, pone la lámpara; no piensa en obras que requiere el municipio, por ejemplo, las de conectividad regional, no hay viviendas. El soluciona lo asistencial, pero los pro-

yectos de ciudad no los asume, hay que solucionar el problema de raíz, él es asistencialista” (Entrevistado N°10, 18 de mayo de 2014).

Algunos critican las brigadas hechas unos meses antes de las elecciones para hacer política; las consideran una forma de sustituir al Estado, pues son tarea esencial de este.

“Para mí las brigadas son pañitos de agua tibia, porque eso no le sirve para nada a los ciudadanos, eso se hace solamente para cautivar votos, pero son brigadas asistenciales, de momento, pero nunca lo hice. Lo que uno hace son actividades, reuniones, eventos en veredas y barrios” (Entrevistado N°9, 18 de noviembre de 2013).

“Nosotros lo hemos hecho siempre, pero en cualquier época; cuando más lo hacíamos, era cuando no era previo a campañas, pero muchos partidos sí lo hacen; ahora muchos partidos comienzan a hacer dízque brigadas, mantenimiento de parques, limpieza de quebradas. La pregunta es por qué no lo hacen los tres años anteriores” (Entrevistado N°4, 9 de septiembre, 2013).

Las *visitas a veredas y barrios* son otra estrategia para establecer relaciones más directas con la comunidad durante épocas de campaña. Pueden tener *varios fines* y hacerse en varios momentos: recoger firmas para conformar un movimiento; recoger información para elaborar el programa de gobierno y finalmente socializar para convencer a los electores.

En cuanto al primer fin, en 2007 se creó el *Movimiento Ciudadano Rionegro con Valores*, mediante la estrategia de recolección de firmas durante visitas a barrios y veredas:

“Hicimos una recolección de firmas, recorrimos la ciudad, el área rural y urbana, buscando la opción, recogimos unas 21.500 firmas avaladas por la Registraduría; pero como yo venía de ser diputado, el Partido Colombiano Democrático, Alas Equipo Colombia y AICO me apoyaron; se llamaba *la Gran Alianza por Rionegro*, era una integración de las diferentes fuerzas políticas. La Jefatura la asumí yo, al ser escogido como candidato único entre cinco candidatos que caminábamos en ese propósito. Fue un Movimiento Ciudadano, el gran éxito de la alcaldía fue el puerta a puerta, haber caminado la ciudad, llegar personalmente, tocar, firmar y consolidar

la candidatura; volver a caminar para entregar el programa de gobierno. No había jerarquía en ese momento en el 2007, no había nada definido, todos estábamos con el propósito común de sacar adelante una idea, entonces, no habían (sic) varones electorales, éramos un grupo de personas encaminado a un objetivo que era ganar la alcaldía de Rionegro. El Movimiento Ciudadano Rionegro con Valores, copó todos los escenarios” (Entrevistado N°8, 24 de octubre de 2013).

Cuando se tiene el aval de un partido, las visitas tienen dos *objetivos*: uno es recoger información e inquietudes de la comunidad para elaborar el programa de gobierno; el otro es presentarlo elaborado en reuniones posteriores. Esta es una estrategia de peso con la cual se establece un vínculo tan directo con la comunidad, que parte de ella termina por *adherirse al candidato* que más la hizo partícipe de la elaboración del programa de gobierno y que más la convenció.

“Durante la última campaña de Hernán Ospina, en los diferentes sectores rurales y urbanos, se conformaron 56 *mesas de trabajo*, con jornadas de 4 a 6 horas, en ellas se expusieron las necesidades de cada uno de los sectores. Hubo mesas de trabajo con actores del sector deportivo, educativo, de salud, de infraestructura, del sector agropecuario, entre otros. En todos los sectores se organizaron mesas con la participación de la comunidad con el fin de estructurar el Plan de Gobierno del candidato. Primero, se incluía la capacitación sobre el tema específico a tratar, mediante exposiciones en cada una de las mesas, puesto que algunas personas no lo conocían bien. En esta dinámica de trabajo se consideraron todos los temas y grupos, incluso se tuvo en cuenta a la comunidad LGTBI” (Entrevistado N°6, 14 de noviembre de 2013).

Según relatos de algunos dirigentes, para llevar a cabo las visitas en los últimos dos meses, lo que se hizo entre dirigentes e intermediarios, fue cuadrar la agenda del candidato a la alcaldía en concordancia con la de los candidatos al concejo, con el fin de organizar el acompañamiento por sectores. De ahí que cuando un aspirante al concejo quería hacer un evento comunitario o familiar para presentar el programa de gobierno, Hernán Ospina lo acompañaba, junto con su esposa y con sus asesores más cercanos.

Como eran tantos partidos y movimientos políticos acompañando esta candidatura, se ideó una agenda para los días jueves, donde cada partido o movimiento político se comprometía a invitar a distintos sectores de la comunidad con el fin de dar a conocer dicho programa. Además, los candidatos al concejo se turnaban para hacer un evento cultural en su sede central.

“Nosotros estuvimos en el del Partido Verde, entonces, compramos un refrigerio, llevamos unas 200 a 250 personas entre todos los candidatos, llevamos 2 trovadores y [...] a escuchar a cada candidato del partido al concejo y por último al candidato a la alcaldía” (Entrevistado N°5, 14 de noviembre de 2013).

“Se hacían festivales a nivel de música, otros hacían eventos de danzas, trabajos con los mismos grupos musicales de cada uno de los sectores; pero ellos lo que querían era escuchar lo que el candidato a la alcaldía o al concejo proponía para el sector” (Entrevistado N°6, 14 de noviembre de 2013).

Una líder comunal relata que los líderes comunitarios ayudan a organizar a la comunidad para el momento de la visita de los candidatos, invitan a la gente, organizan el lugar, los equipos y se encargan del refrigerio: almuerzo, algo o merienda.

“Las reuniones también se hacen alrededor de un algo o un almuerzo, se congrega a la gente para festejos gastronómicos, con el fin de que el edil exponga sus propuestas de gobierno. Las reuniones se hacen en escuelas, canchas, esquinas, casas, mangas. En las veredas se hace la nochebuena y se invita a los candidatos para que se den a conocer. El candidato a la alcaldía se presenta como persona con su hoja de vida, su programa de gobierno y explica cómo van a participar las comunidades en el logro de los objetivos de gobierno” (Entrevistado N°9, 21 de noviembre, 2013)

“Los eventos son reuniones en un tablado, con música, chocolate, algún aperitivo, casi siempre son *preelectorales*, dos o tres meses antes, mientras más se acerquen las campañas. La política es tan compleja que si usted no está permanentemente dando la cara a los ciudadanos, es complejo ser convincente con ellos, pues mientras que hay candidato al concejo que sólo aparece cada 4 años, dos o tres meses antes, con 200 ó 300 millones de pesos en el bolsillo, dando aguardiente, marrano, cobijas y prometiendo cosas; otros que no trabajamos de esa forma para poder competir, y

poder sostenernos, tenemos que llegar a todo el electorado, visitándolo frecuentemente, dándole la cara, atendiéndole y dándole solución a sus necesidades, entonces, si es en épocas navideñas, usted aparece llevando los regalitos para los niños, esta es una forma de estar vigente, y nosotros hacemos eso” (Entrevistado N°15, 9 de septiembre , 2013).

Varios testimonios reiteran que el propósito de estas visitas, es apoyar y vender la mejor imagen del candidato o candidatas. Se trata de otra estrategia de intercambio de recursos materiales y simbólicos utilizada durante las campañas; el líder comunitario consigue clientes y por lógica del clientelismo, ellos esperan una retribución.

“Si, la estrategia era vender a la gente la cara noble de un candidato, se le cuenta a la gente que es honorable, que va a colaborar a las comunidades en necesidades de educación, salud, por ejemplo. Si el candidato gana, le *devuelve a la comunidad el apoyo por los votos*. Se le cuenta a la comunidad quién es el líder, no nos han quedado mal, Hernán es un hombre de trabajo comunitario” (Entrevistado N°19, 15 de febrero de 2014).

Trabajar por la imagen del candidato se hace tarea fácil o difícil de acuerdo con varios factores: su trayectoria, su visibilización en determinado sector o evento, sus contactos previos con la comunidad, su forma de incluirla en sus programas de gobierno y en sus discursos, entre otros asuntos. La mayoría son estrategias del trabajo en red. En este sentido, Hernán Ospina afirma:

“Una buena estrategia son las visitas a los sectores de barrios y veredas y a los centros poblados. Teníamos la propuesta, [...] y pusimos el nombre y el programa de gobierno. Al pueblo le gusta un candidato popular y eso va acompañado de la estrategia de un líder exitoso: su imagen, su equipo y su programa de gobierno” (Entrevistado N°1, 3 de marzo de 2014).

Por otro lado, una líder comunal del sector rural norte, relata que:

“Con esta información (programa de gobierno), la comunidad empieza a analizar entre los candidatos quién es el que más va a apoyarlos, o al contrario, quién es el que los va a abandonar cuando llegue a la administración. La comunidad toma la decisión. Con Hernán fue muy fácil porque ya había sido alcalde anteriormente” (Entrevistado N°9, 21 de noviembre de 2013).

En las campañas se acude al clientelismo, al basar las *propuestas programáticas*, por lo general, en necesidades de la comunidad; siguiendo a Muñoz, se compra asistencia a eventos de campaña donde exponen sus propuestas:

“En Alto Bonito se promete la titulación de predios; en Los Peñoles, el alcantarillado y los pozos sépticos; en otras veredas la pavimentación e iluminación de vías, lo cual exige una negociación e interacción permanente. Un asunto que se promete en todas las campañas y se ha cumplido solo parcialmente es el tema de la vivienda para estratos bajos [...]” (Entrevistado N°4, 9 de septiembre de 2013).

En el periodo 2004-2007, se inició el proyecto de vivienda Guillermo Gaviria (150 apartamentos terminados y entregados en la administración siguiente). En el periodo 2008-2011 los proyectos de Arrayanes (740 apartamentos, algunos entregados en la administración siguiente) y Casa Loma (860 apartamentos, algunos entregados en esta administración)⁹⁷. Al respecto se tiene el siguiente testimonio:

“Para las elecciones de 2011, aunque Hernán Ospina prometió 300 viviendas, basó más su propuesta programática en el tema del campo, en el apoyo agropecuario, lo cual atrajo simpatizantes o electores y esto lo hizo muy popular entre los habitantes del sector rural” (Entrevistado N°6, 14 de noviembre de 2013).

Es en esos acercamientos con la ciudadanía, cuando se conjugan los tres espacios considerados por Gutiérrez (1998): el social, el físico y el cívico; se maneja el cerca y el lejos, el aquí y el allá; el él y el nosotros y se dan negociaciones o intercambios de recursos de manera implícita o explícita, de acuerdo a quienes intervengan en el acto, y gravitan en torno al candidato con la expectativa de que se cumpla el pacto.

97 Las 300 viviendas incluidas dentro del programa de gobierno, se incluyen en el proyecto de Casa Loma, porque es responsabilidad de un gobernante terminar lo que el anterior deja. El presupuesto se utiliza en la terminación del proyecto de vivienda que viene desde la Administración anterior.

Siguiendo a Muñoz (2014), quien referencia a (Nitcher, 2008), la movilización electoral a través del clientelismo electoral es fundamental para definir resultados electorales. Son básicos los mediadores políticos o intermediarios que, a su vez, movilizan bases de clientes para lo cual se articulan verticalmente con jefes políticos sectoriales, hacen posible la participación electoral y organizan la vida política local en tiempos no electorales.

Las relaciones con la ciudadanía se continúan sosteniendo fuera de la época de campaña, mediante el *clientelismo relacional*⁹⁸ con el desarrollo de otras estrategias, entre ellas, las orientadas al desarrollo de políticas, objetivos y estrategias que se ejecutan de acuerdo al Plan de Desarrollo Económico y Social que se traza en cada cuatrienio. A veces son actividades que causan impacto y responden en parte a la *memoria de los intercambios* (Rubio, 2003) como obras, es el llamado *obrismo* por Muñoz (2014),⁹⁹ o *cemento y territorio* que plantean Echeverri y Arenas (2007); una manera de clientelismo relacional o duradero. Este obrismo que no siempre es clientelismo, puede ser de infraestructura o de inversión social y desarrollo económico, bien sea en educación y cultura, recreación, salud, seguridad y vivienda, dirigido a determinadas comunidades y grupos poblacionales específicos.

Así, la transferencia de recursos no se limita a los entregados y recibidos en brigadas, festivales y reuniones durante las campañas. El intercambio va más allá, *es una forma de conservar el liderazgo y permanecer en el poder político local*, en el que simultáneamente permanecen los intermediarios, líderes comunitarios, líderes políticos o concejales, cuando gestionan obras y proyectos en favor de un sector específico. Se trata de la entrega de obras a través de la relación con dirigentes comunales que negocian en favor de sus comunidades; son intermediarios que median entre las necesidades colectivas de sus sectores, y los políticos que quieren acceder al

98 Este clientelismo relacional aquí se explica con el concepto de Obrismo y más adelante con el de cargos burocráticos y contrataciones.

99 Es llamado *obrismo* por Muñoz (2014) para el caso del Perú.

poder. Esta modalidad es la construcción de una relación de *pork barrel*, llamada así por los anglosajones.

Aunque hay obras entregadas que no hacen parte de relaciones clientelares sino de la misma *responsabilidad del gobierno*, hay algunas obras que hacen parte de otra forma de leer el clientelismo, es una modalidad de clientelismo colectivo, pues en el municipio sigue existiendo una relación de clientela por los bienes entregados a las comunidades como parte de la intermediación de un líder político o comunal. Y aunque no todas las obras hacen parte de las relaciones clientelares, sí pueden configurarse y hasta mantenerse dichas relaciones, como se ha dado en Rionegro.

“Obras o favores: mejoramiento de vías, materiales, pozos sépticos, mejoramiento de vivienda, ampliación de la escuela, del colegio. El alcalde va y dice: ‘esto es a nombre del concejal de ustedes’. Si es la fiesta del campesino, ¿quién habla? El concejal del sector. Hay interdependencia entre el líder con la comunidad *para obras y puestos* y para ello hay que analizar la popularidad del concejal del sector, el de más alta votación. Los puestos los tienen es a nivel de contratación de obras públicas. El concejal le dice al contratista, al constructor, empresario, contrátame esta gente. Ese señor que tiene 400 empleados [...], tiene obras a través de sus socios, empresas de construcción. También se ha tenido apoyo de los transportadores y comerciantes. Yised por ejemplo surgió del trabajo o de la obra del acueducto en Cabeceras y, la segunda vez, de la burocracia y de su familia. Leidy sin el apoyo de la primera dama no hubiera llegado. Melquisedec con los deportistas” (Entrevistado N°5, 14 de noviembre de 2013).

“Rionegro no ha sido ajeno a hacer política con base a las necesidades de la gente. Temas como la vivienda o la educación. Hernán con el tema del campo, se llevó por delante a todo el mundo; el más popular y eso denota la ignorancia política de la gente. Él fue el que hizo los rieles, puso lámparas, y si llevan a todo Rionegro a caminar por la vereda Las Cuchillas toda pavimentada, en 4 años lo vuelven a elegir y es capaz de ganar” (Entrevistado N°4, 16 de febrero de 2014).

En este sentido los líderes comunales que trabajan al lado del candidato ganador, adquieren poder de decisión. Es el testimonio del líder del Movimiento Comunal:

“Cuando uno se mete a la política con base a propuestas programáticas, es la oportunidad que se tiene, si tienen poder. Un ejemplo de eso: el coliseo nuevo, la doble calzada, esos son proyectos de propuestas políticas avaladas por partidos, o sea que el movimiento en su momento avaló y compartió eso que se refleja en las decisiones del concejo. El movimiento Cívico Comunal lideró el proceso de recuperación de participación comunitaria en El Porvenir, con el tema de los andenes [...] y los parques comunitarios. Son obras que se convirtieron en insignias, que la gente recuerda porque eso sirvió para integrar a la gente y para hacer visible la gobernabilidad, el ejercicio del gobierno, obras insignificantes en cuanto a los costos para el gobierno, pero muy significativas para el pueblo, yo diría que las placas polideportivas, el mantenimiento de las vías, los andenes, los parques comunitarios, son obras que tienen un sello específico de un movimiento que las lideró, el Movimiento Comunal y Comunitario y dentro de su continuidad AICO” (Entrevistado N°4, 9 de septiembre de 2013).

Según testimonio de un líder comunal, “en la primera administración de Ospina fue atractivo el mejoramiento veredal: el mantenimiento de las vías, los rieles y el colegio en la vereda Las Cuchillas; junto con la iluminación que disminuyó la inseguridad” (Entrevistado N°17, 21 de noviembre de 2014).

Para esto se movilizan recursos propios para satisfacer demandas específicas menores en ciertos sectores, generalmente en las *veredas de mayor apoyo al candidato*. Son *bienes colectivos* recibidos por la comunidad, generalmente por *conducto de líderes comunales* que actúan como *intermediarios*. Es una negociación colectiva de obras y presupuesto participativo:

“La comunidad recibió un *favor colectivo*, los que luchamos mucho, fue que el transporte estuviera funcionando bien, que la vía estuviera bien, que el colegio tuviera los profesores y los grados de enseñanza completos. Se hace un vínculo con la comunidad a través del presidente de la JAC. Si se necesita adecuar la escuela, se establece el vínculo, convenio, contratos entre todos. Hernán es un gestor y Estela Valencia una gran gestora. Hernán ha desarrollado programas de infraestructura como el de la escuela Julio Sanín, la escuela de Las Cuchillas de San José. Hernán es de convenios, de contratos. Se han generado convenios a través de líderes comunales” (Entrevistado N°18, 15 de febrero de 2014).

En Rionegro, como en el resto de los municipios, las relaciones con la ciudadanía dependen de los tipos de intercambio; se trata de bienes que consolidan la legitimidad del patrón y el nivel de vida del cliente. En este municipio, se usan estrategias de campaña (corto plazo) con una intermediación política consolidada que hacen dirigentes comunales, especialmente los del sector rural centro y norte; allí los votantes siguen a estos líderes y a Ospina.

4.2.1.1.2 Recursos públicos en disputa y burocracia administrativa: clientelismo relacional

Entre estos recursos, primero se hace referencia al *potencial electoral* como un recurso, objeto de intereses políticos en disputa, que estimula la competencia entre líderes de partidos y movimientos políticos con el fin de *conseguir el poder político local*. Este recurso incide en la forma de hacer política, de ahí la importancia de apreciar cifras sobre el aumento de dicho potencial entre periodos electorales. El capital electoral es el más importante de los recursos y a él se accede también con intermediación política.

Tabla 4. Variación del potencial electoral entre 2000 y 2011

Año de elecciones	Potencial sufragantes	Total sufragantes	% Sufragantes	Mesas instaladas	% Sufragantes nacional ¹⁰⁰
2000	59.209	35.883	60.60		52.66
2003	64.773	39.986	61.73	199	46
2007 ¹⁰¹	72.756	48,322	66,42	223	55
2011	79.494	52.858	66.49	226	54,33

Fuente: elaboración propia con datos de 2011: Registraduría Nacional.

100 En Colombia, el promedio de votación alcanzado en los últimos 6 eventos electorales, apenas sí logró un índice cercano al 49% del potencial electoral. Estas cifras permiten concluir que la participación electoral en nuestro país es de las más reducidas del mundo. La participación electoral, autor: Evelio Ramírez Martínez, 1 de Julio de 2001. En: <http://www.elmundo.com/portal/pagina.general.impresion.php?idx=152993>.

101 Registraduría Nacional del Estado Civil.

Nótese en el periodo analizado, el aumento de más de 20.000 sufragantes potenciales, y el paso de cerca de un 61% a más un 66% de sufragantes. En general, Rionegro es un municipio cuyo nivel de participación creció durante el periodo, tanto en términos absolutos como relativos. Dicho crecimiento y nivel de participación, pone a este municipio por encima del promedio nacional y lo hace un caso de interés especial.¹⁰²

Cuando se aludió a las *relaciones con la ciudadanía en general*, se hizo mención de los intercambios durante la campaña; ahora se presenta lo relacionado con los *bienes inmateriales* que se refieren a *asuntos jurídico administrativos*¹⁰³ de *intermediación*, expresados en *cargos burocráticos, nombramientos fijos, contrataciones significativas*,¹⁰⁴ *aprendizajes políticos* (Schröter, 2010). La *amplia estructura administrativa* es otro recurso en disputa que se sostiene con parte de los recursos públicos proyectados en el *plan financiero municipal*, que en la última década mostró un incremento significativo en

102 El censo electoral en 2011 fue de 30.785.857 sufragantes y para 2007 de 27.909.525. En: <http://www.registraduria.gov.co/-Preguntas-frecuentes,275-.html#alcaldes>

103 Un ejemplo de ello, aunque no fue en el periodo Administrativo de Hernán Ospina, sino en el Darío García, es que se le dio vida jurídica al Sector Rural Sur con la figura de “Corregimiento” a través de la JAL. En ese momento, el *Corregimiento Sur* es el primer corregimiento del municipio.

104 Esos bienes inmateriales expresados en cargos burocráticos, nombramientos en puestos de trabajo, reparto de contratos a los militantes o activistas de la red durante la campaña, son un clientelismo en forma de patronaje o patronazgo. Para ello ver tabla 5 sobre estructura administrativa central y contrataciones, además ver testimonios a partir de este tema.

sus ingresos y egresos,¹⁰⁵ con un comportamiento variado pero tendiente al equilibrio.¹⁰⁶

En este punto es importante mencionar el periodo 2001-2003, como momento coyuntural y difícil por problemas

105 Los *ingresos totales*, en cuanto a ingresos corrientes e ingresos de capital, para el año 2000 fueron de 50.354 millones y para el 2010 se dio un incremento progresivo a 139.365 millones, dándose el máximo incremento en 2007 con un total de ingresos de 69.639,64 millones a 98.024,45 millones en un año. En los *ingresos corrientes de índole tributaria* constituidos por la sumatoria de varios recaudos, en su conjunto son considerables como ingresos con un comportamiento ascendente durante la última década, encontrando que la mayor participación de lo percibido es proveniente del impuesto predial y del impuesto de industria y comercio. Se aprecia que en el 2000 el fuerte en los ingresos fue la industria y el comercio, del 2001 al 2006 fue el predial y entre el 2007 y el 2009 otros ingresos (Impuesto de delinación o construcción urbana, teléfonos, espectáculos públicos, juegos de azar, publicidad exterior visual, explotación de oro, plata y platino, extracción de arena, cascajo y piedra, vehículos automotores, participación en la plusvalía de bienes inmuebles), para volver en los dos últimos años de la última administración, a ser el *predial* la mayor fuente de ingresos. La *proyección* muestra que el predial y otros ingresos, donde se incluye la construcción, crecen a un ritmo sostenido lo cual indica el dinamismo que se dará en torno a este sector, lo que generará otros desarrollos en infraestructuras y en aspectos económicos y sociales. Los *ingresos corrientes de índole no tributaria*, en la última década fueron variables, marcados durante la última administración por el aumento de transferencias nacionales en aspectos como la realización de los Juegos Suramericanos y la certificación en Educación del Municipio. Aparte de los años 2000, 2001 y 2010, en el resto de años, los ingresos no fueron muy altos, mostrándose ciertos altibajos con tendencia a aumentar a partir del año 2009. En cuanto a la proyección de este componente se muestra la tendencia permanente a un aumento leve pero sostenido hasta 2021. Respecto a los gastos totales, compuestos por los gastos corrientes (Los gastos corrientes se dividen en gastos de funcionamiento, intereses de deuda pública y otros gastos corrientes. Los de funcionamiento son divididos en gastos personales, generales y transferencias.) y los de capital o de inversión social, el municipio tuvo un comportamiento descendente entre el 2000 y el 2004, pero a partir del 2005 un ascenso progresivo con mayor auge en el 2009, a causa de la alta inversión en infraestructura vial, desarrollo urbanístico, eventos deportivos e inversión en educación.

106 En general, los gastos se han dado en constante incremento y a nivel fiscal, un constante recaudo, presentándose periodos pequeños de déficit, seguidos de recuperación y superávit para periodos posteriores. Las finanzas locales durante los periodos administrativos 2000-2003, 2004-2007 y el periodo administrativo parcial 2008-2009, han ocupado los primeros lugares por buen desempeño fiscal entre los municipios de Colombia, por lo cual ha recibido transferencias nacionales a través del Sistema General de Participaciones, permitiendo implementar diversos programas y proyectos. Este comportamiento de las finanzas locales muestra un municipio robusto en recursos, lo que sin duda se convierte en una *señal* que debe tenerse en cuenta al momento de preguntarse por las lógicas y los acomodamientos para la competencia política local. Podemos decir entonces, que hay alguna relación entre el incremento de los recursos públicos y las lógicas de intermediación clientelar imperantes, son recursos públicos en disputa.

fiscales; un municipio totalmente burocratizado y endeudado. La Administración Municipal aplica la Ley 617 de 2000, sobre normas tendientes a fortalecer la descentralización mediante el saneamiento fiscal¹⁰⁷ de las entidades territoriales.

“En Rionegro, entre los años 1988 y 1989, el gobierno recibió con 773 funcionarios y terminó con 380; entre 1990 y 1992, el gobierno terminó con 902; entre 1992 y 1994 entregó con 602; entre 1995 y 1997 entregó con 589; entre 1998 y 2000 entregó con 511; entre 2001 y 2003 con 151; en 2004 y 2007 entregó con 131; en 2008 y 2011 entregó con 173 y actualmente está en 198. Está incluido todo el personal de planta del municipio sin contar entidades descentralizadas” (Entrevistado N°13, 18 de mayo de 2014).

La estructura administrativa expresada en *cargos burocráticos* ha variado en cada periodo, según diferentes acuerdos y decretos, lo cual se puede leer como intercambio de recursos y como organización administrativa o modernización del municipio en busca de mayor eficacia en cuanto a resultados, mayor eficiencia en cuanto a optimización de recursos, lo que sumado se conjuga en efectividad para su posicionamiento a nivel nacional.

107 En el Departamento Nacional de Planeación, el municipio ocupaba el puesto N°28, luego ocupó el 1° y 2° lugar a nivel departamental y nacional. Según testimonio del exalcalde (2001-2003): *“con ello se logró recuperar la viabilización administrativa y económica, recibimos el municipio con 550 personas y lo entregamos con 150, funcionando en mejores condiciones de atención al público. Fue una pelea política dura. El ajuste fiscal costó \$8800 millones de pesos y de ellos \$6300 se los llevaba el sindicato en las prebendas de las negociaciones colectivas y prestaciones legales y extralegales. Las medidas de la supresión del sindicato municipal, fue el único caso en Colombia, marcamos la diferencia”*. Aclaración: Los Departamentos Administrativos son entidades de carácter técnico encargadas de dirigir, coordinar un servicio y otorgar al Gobierno la información adecuada para la toma de decisiones. Tienen la misma categoría de los Ministerios, pero no tienen iniciativa legislativa.

Por el lado de estos *bienes*, el municipio cuenta con 13 secretarías y 35 direcciones operativas,¹⁰⁸ varias entidades descentralizadas;¹⁰⁹ y al interior de ellas, variedad de cargos que constituyen recursos inmateriales o de estatus que alimentan las disputas por el control de la política local. Después de ganar las elecciones para alcaldía, es lógico que entre quienes acompañaron al candidato se escojan los equipos técnicos que van a ayudar al gobierno; a unos se les conceden *cargos burocráticos* de acuerdo a su título y a otros, se les otorgan *contratos*. Esos cargos o cuotas burocráticas son el *sustento de las campañas*.

108 Para el periodo que inicia en 2012, se cuenta con las siguientes Secretarías: Privada, Jurídica, Control Interno, Planeación, Hacienda, Gobierno y Tránsito, Servicios Administrativos, Infraestructura, Emprendimiento y Desarrollo Económico, Hábitat, Familia, Salud, Educación. Entre las Direcciones Operativas se cuenta con: SISBÉN, Tesorería, Contabilidad, Rentas, Movilidad transporte y Tránsito, Convivencia y Participación Ciudadana, Seguridad y Espacio Público, Desarrollo Agropecuario, Vivienda, Servicios Públicos, Ambiental, Bienestar Social, Obras Públicas, Supervisión e Interventoría, Apoyo Jurídico, Derechos Culturales. Aparte de los cargos de Personería, Alcaldía, Concejo Municipal, entre otras. Para el periodo iniciado en 2008, las secretarías eran: Jurídica y de Contratación, Gestión y Protección Social, Secretaría General, Hacienda, Gobierno y Tránsito, Planeación, Infraestructura, Salud, Educación y Derechos Culturales, Secretaría de Desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente. Cada una con sus diferentes Direcciones Operativas.

109 El municipio cuenta con entidades descentralizadas como el Hospital San Juan de Dios E.S.E., el Hospital Gilberto Mejía Mejía E.S.E., IMER, Aguas de Rionegro, Incarosa y Río Aseo Total. El Hospital San Juan de Dios, ha venido presentando un crecimiento moderado de sus activos, llegando a la cifra de 32.770 millones de pesos, cifra compuesta porcentualmente por un 42% de los activos corrientes y un 58% de activos no corrientes. El Hospital Gilberto Mejía Mejía, ha venido presentando un crecimiento similar, llegando a la cifra de 4.233 millones de pesos, cifra compuesta porcentualmente por un 28% de activos corrientes y un 72% de activos no corrientes. Aguas de Rionegro, que inició con un patrimonio de 12.000 millones de pesos, en cuatro años, contaba con un patrimonio de 29.920 millones de pesos, aumentando en un 69% en 13 años, además de los activos en los últimos años, llegando a la cifra de 34.815 millones de pesos, compuesta porcentualmente con 11,1% de activos corrientes y un 88.9% en activos no corrientes. Río Aseo Total, inicia en 1996 con un capital de 250 millones y a diciembre de 2009 su patrimonio asciende a 3.496 millones de pesos y a diciembre de 2010 asciende a 9.425 millones de pesos, lo que representa un aumento de 169.6% en su patrimonio; adicionalmente se presenta un aumento en sus activos totales del 113,2% entre 2009 y 2010, sus pasivos o deudas totales en ese periodo también aumentan al 28,7%, debido a la adquisición de obligaciones financieras, por lo cual incrementó a su vez los activos y el patrimonio.

La estructura administrativa central del municipio durante los periodos que se analizan, ha cambiado, más que en su número, en las personas que los ejercen. Han aumentado los contratos laborales, bajo figuras como convenios¹¹⁰ y asesorías.¹¹¹ La planta de cargos del nivel central de la administración municipal a 2013 es la siguiente:

Tabla 5. Cargos en diferentes niveles, Administración Municipal

Cargo para el nivel directivo	Nº de Plazas
Secretarios de Despacho	13
Directores operativos	35
Nivel profesional	Nº de Plazas
Corregidor	1
Profesional universitario grado 01, 02 y 05	51
Comisario de Familia	2
Inspector de Policía	5
Nivel técnico	Nº de Plazas
Técnico Administrativo	13
Técnico Administrativo de Tránsito	21
Técnico	2
Nivel Asistencial	Nº de Plazas
Auxiliar Administrativo grados 01-05, 07	56
Secretaria Ejecutiva	18
Conductor	1
Operario	1

Fuente: construcción propia con datos de archivo proporcionados por la Administración Municipal.

Nota: los datos de Hacienda y los de Secretaría General no coinciden. Se presenta una diferencia de 21 cargos.

110 Se tiene a 2014 convenios con: Masora, Universidad Católica de Oriente, Universidad Católica del Norte, para un total de 228 contratos. Se les llama contratos de apoyo.

111 Se tienen a 2014, 16 contratos de asesorías.

“Para este último periodo (administrativo) se puede decir que la planta administrativa ha crecido, hay más plazas por prestación de servicios bajo la modalidad de convenios y asesorías, que de carrera administrativa; esto por demanda en los diferentes programas por el crecimiento de la población. Un ejemplo de ello, es la Casa de Justicia que inició en el periodo pasado” (Entrevistado N°5, 14 de noviembre de 2013).

En entidades descentralizadas hay un buen número de vinculaciones y contrataciones.¹¹²

“Cuando Hernán Ospina ganó por la ASI hubo mucha ubicación de gente en la administración. Sí hay mucha gente con *contratos*, y no solo de la ASI, sino de todos los partidos, uno encuentra que hay gente de otros grupos que no lo apoyaron, pero son *cuotas burocráticas* que se les dan a los Concejales, y muchas veces se hace, [...] por darle participación *a todos los grupos del municipio*” (Entrevistado N°6, 14 de noviembre de 2013).

A pesar del número de puestos burocráticos, hay quienes no logran ser ubicados en la administración del municipio, entonces se les sitúa en una entidad descentralizada, se les otorga un contrato, un cargo en el departamento o en alguna entidad privada. Un ejemplo que se rescata como antecedente es el siguiente:

“Yo también tenía influencia en el departamento, con el doctor Álvaro Uribe, con Alberto Díaz y con todos. Y a mí me ayudó mucho Leonardo Muñoz Cardona, él era el gerente de Cornare, entonces yo allá coloqué¹¹³ mucha gente y eso me ayudó mucho. Por ejemplo, este muchacho Jorge González lo logré colocar en el Banco de Occidente en oficios varios y comenzó a trabajar y a estudiar allá. Ha sido gerente en bancos de Medellín, y hoy está en la Ceja. Una muchacha que inició en el tránsito, hoy en día es magistrada, muchos. Hay gente que la colocamos desde el 87 y todavía está trabajando en el tránsito aquí en Rionegro. Yo en ese tiempo era como el cacique del directorio” (Entrevistado N°14, 9 de septiembre de 2013).

112 Entre Entidades Descentralizadas, se tienen alrededor de 1000 cargos, entre vinculaciones y contratos; no se cuentan los cargos en Río Aseo, y no se cuentan entidades con mínima participación como Aguas de Oriente y el Deportivo Rionegro.

113 La expresión *coloqué*, del verbo *colocar*, hace referencia a la *ubicación* de aliados políticos en ciertos *cargos*, ya sea en entidades públicas o privadas, en el municipio o en el departamento.

Es la estructura del Estado en disputa, intermediarios y clientes con expectativa de futuro, esperan en una recompensa:

“Muchos líderes esperamos que habiendo apoyado a un candidato podamos trabajar en la administración municipal, ya sea internamente o externamente, teniendo claro está, la competencia o con el perfil para hacerlo y por eso varios líderes trabajaron luego en la administración municipal. Uno le entrega la hoja de vida al alcalde y le dice cómo le puede ayudar. Los que no se ubican, lo hacen [por contratos] en obras a nivel de vereda o barrio y los que no, se vuelven contradictores” (Entrevistado N°17, 15 de febrero de 2014).

Algunos consiguen *contratos* para llevar a cabo obras en una comunidad o convenios con asociaciones de tipo laboral.

“En Galicia empecé trabajo de gestión con Alcides Tobón, hicimos contratos llevando desarrollo a la vereda con *obras*: puente, pozos sépticos, mejoramiento de vivienda, pasamanos en partes altas, rieles, andenes vehiculares; fue una inversión que se hizo cerca de los 500 millones de pesos. Alcides brindó gran apoyo a las JAC. De la JAC de Galicia yo fui la presidenta, y soy presidente de una asociación de instructores en artes y oficios del municipio: corte y confección, pintura, decoración y bordado ecológico, belleza, gastronomía y culinaria, transformación de alimentos para agroindustria y huertas caseras. Para graduar 130 estudiantes rurales, en convenio con Cocep Siglo XXI.¹¹⁴ Tenemos ahora 11 programas, 9 en el sector rural y 2 en el sector urbano (2013). Hernán ha querido recuperar la zapatería artesanal en Rionegro y seguir la tradición. Igual se da capacitación en electricidad y plomería básica con un *contrato* con artes y oficios” (Entrevistado N°9, 21 de noviembre, 2013)

En medio de ese conjunto de interdependencias entre red y entorno, de aquellas relaciones basadas en el intercambio de recursos, el patrón o jefe hará todo lo posible por legitimarse *devolviendo los favores a sus intermediarios y clientes*, ya que trabajaron arduamente durante las campañas electorales en la consecución de votos. Así, según Gutiérrez (1998), el reto que

.....
114 Institución Educativa de carácter formal, informal y no formal, en Rionegro.

el clientelismo presenta a la vida pública es doble: fragmenta y esconde. Entre los clientes hay quienes reciben y quienes no reciben ese reconocimiento o favor, y a pesar de esa expectativa de futuro no cumplida, hay quienes continúan en el grupo político al lado del jefe; pero otros se retiran, al no entrar en la repartición del espacio físico y cívico.

“En el caso de los militantes que a veces apoyan, es con un interés: ¿yo lo apoyo y cuál es el puesto mío, o que me va a dar? eso sí es muy difícil de manejar, porque es ahí donde viene la frustración. Un concejal de las minorías que no esté en la coalición y que no tenga el apoyo del alcalde que es el que tiene la burocracia, [...] entonces la gente que le ayudó, no tiene opciones” (Entrevistado N°4, 9 de septiembre de 2013).

Es el juego de lealtades clientelistas en el cual, para los clientes, es difícil entender que quien haya trabajado, dedicado tiempo y energía en una campaña, no se vea recompensado con un favor. Por esto, a veces no se mantienen las lealtades con los jefes, se da un quiebre que se manifiesta en el cambio o *tránsito hacia otro grupo político o en enemistad total*.

Los *partidos políticos* a veces son una *puerta giratoria* donde entran y salen personas por diversas circunstancias, una de ellas se da por los puestos burocráticos en la Administración Municipal. Empieza un nuevo juego de lealtades donde participan nuevos intermediarios y clientes y si el juego es hacia afuera, con otros grupos políticos, se inicia el juego de las *coaliciones* con uno y otro para conseguir el poder político local. En este sentido, se reitera el aporte de Susana Corzo, para quien,

Los partidos políticos son un elemento importante al establecer intercambios y en la determinación del tipo de clientelismo político que se genere, [...] el electoral, el de partido o el burocrático. Los intercambios son similares e incluso los actores que los llevan a cabo son los mismos; lo que cambia son los contenidos de los intercambios. En el primer caso se intercambian votos por respuestas eficaces a colectivos clientes; en el segundo, apoyos por apoyos y, en el tercero, recursos públicos por apoyos (2002, p. 17).

4.2.2 Relaciones en el escenario electoral

La competencia interpartidista que se registra con ocasión de la elección de alcaldes y concejales, se visualiza en la siguiente tabla, según periodos electorales desde el año 2000:

Tabla 6. Partidos y movimientos políticos que han alcanzado representación para alcaldía y concejo en las elecciones dadas entre el 2000 y el 2011¹¹⁵

Partido o Movimiento 2000	Partido o Movimiento 2003	Partido o Movimiento 2007	Partido o Movimiento 2011
P. Liberal Colombiano	P. Liberal Colombiano	P. Liberal Colombiano	P. Liberal Colombiano
P. Conservador Colombiano	P. Conservador Colombiano*	P. Conservador Colombiano*	P. Conservador Colombiano
M. Fuerza Progresista	M. Equipo Colombia	M. Alas Equipo Colombia	
M. Alianza Social Indígena			P. Alianza Social Independiente
		M. C. Rionegro con Valores	
M.P. Comunal y Comunitario de Colombia	M. P. Comunal y Comunitario de Colombia	M. AICO	M. AICO
M. Cambio Radical*	P. Cambio Radical	P. Cambio Radical	P. Cambio Radical
M. Renovación Democrática*	P. Colombia Democrática.	P. Colombia Democrática	
	Nuevo Partido*	P. Social de Unidad Nacional.	P. Social de Unidad Nacional
	M. Colombia Viva		
M. Convergencia Ciudadana*		P. Convergencia Ciudadana	P de Integración Nacional, PIN
M. Progresismo Democrático*	M. Nuevo Liberalismo*		
		M. Apertura Liberal	M. de inclusión y Oport. MIO
	M. de Integ. Popular MIPOL*	P. Polo Democrático Alternativo*	P. Polo Democrático Alternativo*
M. Convergencia Popular Cívica*	M. Convergencia Popular Cívica*		P. Verde
Moir-Liberal Colombiano, Laicos por Colombia*	M. Vamos Colombia*		
C-4*			M. Mira*
13	13	10	11

Fuente: elaboración propia con datos de archivo.

115 Leídos de manera horizontal, *no todos* tienen relación, puesto que algunos son partidos tradicionales, transicionales o independientes, algunos muy fugaces.

Nota: Los partidos o movimientos señalados con asterisco (*) no lograron representación en el Concejo.

En la tabla se aprecian los partidos y movimientos políticos en competencia, la fragmentación de los partidos tradicionales, la aparición, desaparición y mantenimiento de las etiquetas partidistas; los partidos y movimientos con candidato a la alcaldía y al Concejo y el total de partidos y movimientos participantes en cada periodo electoral:

En cuanto a la *aparición, desaparición y mantenimiento* de ciertos partidos en la arena política, con las elecciones del año 2000 como referente, se tiene: el Partido Conservador ausente de candidato para la alcaldía durante los periodos electorales de 2003 y 2007, pero presente para el concejo. En 2003, no presenta candidato para alcaldía Convergencia Popular Cívica, y Convergencia Ciudadana desaparece para alcaldía y concejo.

En las elecciones de 2007, no participan con *candidato para la alcaldía* respecto al 2003: Colombia Democrática; desaparecen: Movimiento Colombia Viva, Movimiento Integración Popular y Nuevo Partido. Vuelve a aparecer Convergencia Ciudadana para el concejo con un significativo resultado electoral; surge el Partido de la U, Movimiento Apertura Liberal y el Polo Democrático Alternativo. Un dato interesante es que desaparece el Movimiento Comunal y Comunitario que se convierte en Autoridades Indígenas de Colombia, AICO, con alta representatividad electoral, ha sido parte de la coalición de los candidatos que han ganado la alcaldía, excepto en las últimas elecciones cuando se presentó dividido.

Para 2011, no presenta *candidato a la alcaldía* respecto al 2007: Cambio Radical. Surgen con candidato: ASI, MIO, POLO, Partido Conservador y AICO. Se mantienen con candidato: el Partido Liberal y el Partido de la U. Respecto a elecciones pasadas, el Partido Liberal se muestra fortalecido para alcaldía, aunque con gran distancia respecto al candidato ganador y estable para el concejo. El Partido de la U se muestra menos fuerte para la alcaldía, pero más fuerte en votación para el concejo que en anteriores elecciones.

En el escenario de partidos, según Fernando Giraldo y Patricia Muñoz (2014), la Constitución de 1991 reconoce todos los partidos; la Reforma de 2003 ajusta el Sistema Electoral y algunos elementos legales sobre la forma de éstos, y deja institucionalmente definidas las posibilidades de creación de expresiones políticas. Las reformas políticas de 2003 y 2009, se dirigen a fortalecer y a modernizar a los partidos políticos

Tabla 7. Resultados electorales, candidatos a la alcaldía, 2000

Candidatos	Votos	% ¹¹⁶	Partido o Movimiento
Darío García ¹¹⁷	10537	31.60	P. Liberal colombiano
Diego López Echeverri	5995	17.98	P. Liberal colombiano
Jorge Humberto Tejada N.	5125	15.37	P. Conservador colombiano
Hernán Ospina Sepúlveda ¹¹⁸	4074	12.22	Coalición: Moir-PLC-Laicos Por Colombia
José Luciano Zuluaga A.	2443	7.33	P. Liberal Colombiano
Alcides Tobón Echeverri	1418	4.25	P. Liberal Colombiano
William Marulanda Tobón	1392	4.17	M. Convergencia Popular Cívica
Luis Carlos Mejía Quiceno	1371	4.11	P. Liberal Colombiano
Héctor Jaime Gómez Franco	730	2.19	M. Convergencia Ciudadana
Ángela María Pérez Rivillas	260	0.78	P. Liberal Colombiano
Votos por candidato	33345	100%	

Fuente: Construcción propia con datos de la Registraduría Nacional del Estado Civil, Estadísticas Electorales 2000.

116 Estos porcentajes son sacados con base en los votos por candidato, no con el total, ni con los válidos.

117 Durante este periodo administrativo, se dio en el municipio la Reestructuración Administrativa y Fiscal, mediante el sometimiento a un proceso de austeridad en el gasto público, esto en cumplimiento de la ley 617 de Ajuste Fiscal. Fue antecedente para logros fiscales en los próximos periodos administrativos.

118 Para este entonces, el ascenso electoral de Hernán Ospina fue rápido: en las elecciones al concejo en 1994 obtuvo 737 votos, fue candidato al Concejo para el periodo 1998-2000, adscrito al Movimiento Cívico Comunal del PLC y, candidato a la Alcaldía en el 2000 con 4074 votos, en representación de MOIR-Liberal Colombiano, Laicos por Colombia; Lo logra en el 2003 con 17.165 votos, y repite en 2011 con 19.885 votos.

4.2.2.1 *Desempeño electoral de Hernán Ospina y su posicionamiento como jefe*

4.2.2.1.1 *Elecciones, 2000*

La situación política mostraba la no permanencia del Partido Liberal unificado como colectividad política predominante, reflejo de la crisis de liderazgo al interior del Partido y de la incertidumbre para llegar a consensos sobre la elección de un candidato que contara con la reputación personal para diferenciarse de los candidatos oficiales, una débil cohesión interna; gran poder de líderes locales y de redes clientelares. Se presentaron diez candidatos a la alcaldía, siete de ellos en representación del Partido Liberal, esto es, según Pizarro (2008), que los partidos tradicionales se limitaron a prestar su nombre para *aval*ar candidaturas que generaron una “*personalización atomizada*”. Esta información evidenciaba dispersión electoral y erosión interna de esa colectividad, que en dicho periodo avaló a cuantos candidatos se presentaron.

Aunque predominaba el Partido Liberal (65%), con los numerosos candidatos que postuló, quien resultó elegido recibió el apoyo de 31,60% de los ciudadanos, pues el *Partido Liberal no tenía contendor externo*, sus disputas faccionales habían trasladado la *competencia al interior mismo del partido, dándose una competencia intrapartidista*.

Pero, ¿qué denotaba ese dinamismo en el número de aspiraciones? Algunos lo podrían leer a partir del mismo interés en participar de la contienda democrática, desde cierta independencia política; pues la gente ya no recibía órdenes de los caciques de turno, había libertad total para organizar movimientos y lanzarse. Podría observarse también como una aventura política, como un ejercicio de ciudadanía de un momento histórico determinado; puesto que surgieron grupos y movimientos, aun no suficientemente fuertes en su estructura ni con respaldos seguros, que decidieron atreverse y dar un paso con la idea de ser *opción de poder* como en el caso de dos candidatos que aspiraron en 2000, y en próximas elecciones consiguieron ser esa opción. Pero más exactamente se lee a partir

de los *cambios institucionales y políticos* dados en la década de 1990, cuando la inclusión política se sustentó en la conformación de una pluralidad de organizaciones partidistas que estimulaba nuevos liderazgos nacionales. Con la Constitución de 1991, se dio apertura política y oportunidad de participación política; surgieron liderazgos locales independientes de las estructuras tradicionales de los partidos; surgieron otros movimientos y grupos políticos, lo que para algunos significó el debilitamiento de los partidos tradicionales y, con ello, la atomización partidista, llamada por López Michelsen “operación avispa”.

4.2.2.1.2 Elecciones, 2003

Para la Alcaldía se inscribió un solo candidato bajo la etiqueta del Partido Liberal, a diferencia de las anteriores elecciones, lo cual puede leerse como efecto de la Reforma Política de 2003, en cuanto a la reducción del número de partidos que postulaban candidatos y con ello, a la no dispersión de listas electorales; es decir, los cambios contenidos en la Reforma se orientaron a contrarrestar la atomización electoral y la desorganización o indisciplina de los partidos; su objetivo principal era reagrupar las fuerzas políticas fragmentadas. De ahí que se *presentaron* seis candidatos a la alcaldía.

Los partidos se reacomodaron, se fueron adaptando y muchas fuerzas políticas se reagruparon por necesidad o afinidad; es más un tamaño representativo y funcional de las fuerzas políticas. Con este resultado, lo más interesante fue que la votación se concentró en algo más del 78% en los dos primeros competidores. Al mismo tiempo, eso supuso un primer *reacomodo* de la distribución de las organizaciones partidistas respecto del año 2000. Se hizo visible la *competencia* entre un candidato Liberal y un candidato de Cambio Radical (liderado por Rubén Darío Quintero en Rionegro), con lo que se reiteraba la *fractura* del viejo tronco rojo del bipartidismo, hacia la aparición de variedad de partidos o multipartidismo. Las *escisiones de los partidos tradicionales* se convirtieron en verdaderas *fuerzas políticas* que se iban consolidando como partidos políticos *institucionalizados*

(Duque, 2006), es el caso de Cambio Radical. En este sentido, según Duque (2006) y Gutiérrez (2007), era la necesidad de los líderes con bastante caudal electoral de separarse del Partido Liberal, Sector Democrático, para conformar o fortalecer sus nichos.

En cuanto a la contienda electoral, se tenía por seguro que Andrés Julián Rendón, en representación de Cambio Radical, ganaría las elecciones, pero las cosas cambiaron:

Tabla 8. Resultados electorales, candidatos a la alcaldía, 2003

Candidatos	Votos	% ¹¹⁹	Partido o Movimiento
Hernán Ospina Sepúlveda ¹²⁰	17.165	47,00	Partido Liberal Colombiano
Andrés Julián Rendón Cardona	11.359	31.10	Partido Cambio Radical Colombiano
Diego López Echeverri	4.118	11.27	Partido Colombia Democrática
Humberto de Jesús Quintero Villada	1.973	5.40	Movimiento Colombia Viva
Luis Ernesto Castaño Castaño	1.049	2.87	Movimiento Integración Popular (Mipol)
Omar Efrén Monroy Palacio	860	2.35	Nuevo Partido
Votos por candidato	36.524		

Fuente: Construcción propia con datos de la Registraduría del Estado Civil: Estadísticas electorales 2003, elecciones de autoridades locales, octubre 26. Informe de votación, corporación alcalde, fecha de escrutinio: 30/03/2004, Software (CD)

.....
119 Estos porcentajes son sacados con base en los votos por candidato, no con el total, ni con los válidos.

120 En este periodo el municipio obtuvo el primer puesto a nivel nacional en el manejo fiscal, según calificación del Departamento Nacional de Planeación. Este premio significó estabilidad en las finanzas y factor de confianza para ciudadanos, empresarios e inversionistas. La Asamblea Departamental le otorgó la Orden al Mérito Cívico y Empresarial, Mariscal Jorge Robledo, Categoría Oro por este reconocimiento.

“El gran arrastre que tenía el candidato Hernán Ospina logra vencer la ideología que traía Andrés Julián, y en Rionegro en término de dos semanas se desequilibra la opinión, la condición del votante. En ese entonces teníamos el convencimiento de que Andrés Julián iba a ser el Alcalde de Rionegro y en 15 días las cosas cambiaron totalmente, y las personas que marcan la pauta en Rionegro se inclinan hacia el otro lado y se da el resultado a favor de Hernán Ospina, eso ha ocurrido siempre” (Entrevistado N°20, 14 de febrero, 2014).

En la aspiración y el triunfo de Hernán Ospina a la alcaldía en representación del Partido Liberal, confluye aparte de su liderazgo individual, el apoyo de diferentes grupos políticos y comunitarios como el del Movimiento Político Comunal y Comunitario de Colombia, que en este periodo había obtenido el mayor puntaje para el concejo y al que había pertenecido desde su inicio como funcionario hasta su primera candidatura al Concejo. El candidato supera en votos a sus contendores, se afirmaba como jefe político del municipio.

Al terminar su periodo administrativo había ganado simpatía, especialmente en sectores rurales, donde se dieron intercambios relacionados con obras físicas y apoyo a la ruralidad.

4.2.2.1.3 Elecciones, 2007

Las elecciones de 2007 no se presentaron al margen de los problemas al interior de los grupos políticos. La política local seguía poniendo en evidencia la segmentación o fraccionamiento de los partidos tradicionales, y ante esta situación se hacía difícil determinar las condiciones para la elección de nuevos liderazgos que ya se hacían visibles al interior de cada partido o movimiento; al igual que construir y lanzar propuestas programáticas que facilitarían la decisión de los electores. Había que pensar en estrategias para ganar votos y en propuestas de gobierno ante el imparable crecimiento de la ciudad y las grandes expectativas sociales, culturales, económicas; además del nuevo perfil del ciudadano rionegrero en cuanto a su cultura política.

Tabla 9. Resultados electorales, candidatos a la alcaldía, 2007

Candidatos	Votos	% ¹²¹	Partido o Movimiento
Alcides Tobón Echeverri	20,279	44.69	M. Ciudadano, Rionegro con Valores
Andrés Julián Rendón Cardona	14,368	31.66	Partido Cambio Radical Colombiano
Alonso Rendón Castrillón	8,677	19.11	Partido de la U
Hernán Darío Álvarez Suárez	2.061	4.54	Partido Liberal Colombiano
Votos por candidato	45385		

Fuente: Construcción propia con datos de la Registraduría Nacional del Estado Civil. Histórico de elecciones locales 2007, Disponible en: <http://w3.registraduria.gov.co/escrutinio/resultados>

Entre los candidatos, Alcides Tobón se ubicó en el grupo de los líderes o dirigentes de la política local. Siendo diputado, aspiró por segunda vez a la alcaldía en 2007 mediante una coalición entre Colombia Democrática, AICO y Alas Equipo Colombia; coalición que tomó el nombre de *Movimiento Ciudadano Rionegro con Valores*,¹²² del cual asumió su jefatura al ser su candidato. Pero también tuvo que ver que procedía del grupo de Hernán Ospina, y en este sentido se decía que un candidato ganaba al lograr que el candidato que pone, lo sucedía en la alcaldía. El personero municipal de esa época lo confirma: “Al terminar el periodo 2004-2007, Hernán Ospina, pone a su propio candidato, quien resulta ganador de las elecciones realizadas en 2007: Un sector que apoyó a Hernán Ospina, apoyó a Alcides Tobón en 2007” (Entrevistado N°5, 14 de noviembre de 2013).

Nótese que, entre los dos primeros competidores, Alcides Tobón y Andrés Julián Rendón, la votación se concentró en un 76,35%; fueron dos candidatos que representaban tendencias de

121 Estos porcentajes son sacados con base en los votos por candidato, no con el total, ni con los válidos.

122 Según entrevista, casi el 100% de las firmas, correspondió al número de votos obtenidos.

raíz liberal, lo que nos induce a reafirmar el tema del debilitamiento y la fragmentación del Partido Liberal, así como el del reacomodo de las organizaciones partidistas, respecto a los dos periodos electorales anteriores, especialmente el del año 2000.

Para la época, Andrés Julián Rendón, el segundo en votación, tenía vínculos políticos con algunos sectores liberales, especialmente “cercanía política y familiar” con el jefe local de Cambio Radical, Rubén Darío Quintero un líder que, para la época, empezaba a debilitarse en el municipio de Rionegro, lo cual despertaba inquietud entre los electores. También se mostraba debilitado el Partido Liberal en estas elecciones con un comportamiento pobre, tanto para la alcaldía como para el concejo.

4.2.2.1.4 Elecciones, 2011

Para estas elecciones el ambiente era diferente, más competitivo, ya no eran cuatro candidatos para la alcaldía como en el anterior periodo, eran siete, todos con un buen perfil y buena trayectoria como políticos o funcionarios en las diferentes administraciones. El ruido, las campañas publicitarias, y los eventos giraban en torno a la candidatura de Hernán Ospina, quien ya había sido alcalde en representación del Partido Liberal en el periodo 2004-2007; pero ahora lo hacía con el aval de la ASI.

En la tabla se observa que hay tres candidatos que ya habían aspirado a la alcaldía; dos de ellos representando a un grupo político diferente en cada momento: Alonso Rendón pasa del Partido de la U al Movimiento de Inclusión y Oportunidades, y Hernán Ospina pasa de ser alcalde representando al Partido Liberal en el 2003, a la ASI en el 2011.¹²³ El triunfo de Hernán Ospina a la alcaldía, en representación de la ASI, invita a reconocer esas lógicas de intermediación política para la consecución del poder local.

123 Reforma Política 2003, Título III, artículo 9º, se hace alusión a la designación y postulación de candidatos donde se expone lo relacionado a la postulación a cualquier cargo de elección popular sin requisito adicional. Además, comprende aspectos como el aval de la inscripción.

Tabla 10. Resultados electorales, candidatos a la alcaldía, 2011

Candidatos	Votos	%	Partido o Movimiento
Hernán Ospina Sepúlveda	19.885	40.93	Partido Alianza Social Independiente
Jorge Humberto Rivas Urrea	6.460	13.29	Movimiento AICO – Rionegro confiable
Alonso Rendón Castrillón	5.891	12.12	Movimiento de Inclusión y Oportunidades
Hugo Alberto Parra Galeano	5.876	12.09	Partido Liberal Colombiano
Mauricio de Jesús Rendón González	5.283	10.87	Partido Social de Unidad Nacional, Partido de la U
Jorge Humberto Tejada Neira	4.796	9.87	Partido Conservador Colombiano
Juan Manuel Ramírez Ríos	384	0.79	Polo Democrático Alternativo
Votos por candidato	48575		

Fuentes: construcción propia con datos de la Registraduría del Estado Civil.

Histórico de resultados electorales. Disponible en:

<http://www.registraduria.gov.co/-Historico-de-Resultados-.html/>

Histórico de resultados electorales. Disponible en:

<http://w3.registraduria.gov.co/escrutinio/resultados-última actualización 21/02/2014.>

De acuerdo con los datos presentados, se hace visible el peso de los vínculos orgánicos de los candidatos con los partidos que los avalan. Se produce el debilitamiento de los partidos tradicionales, en nuestro caso, el del Partido Liberal, incluso de algunos de esta misma raíz, obtienen menor votación que en periodos anteriores.

Como lo muestran las tablas, en la votación por periodos se evidencia la diferencia en votación respecto al segundo candidato, situación numérica que favorece al grupo mayoritario. Los otros esperan un favor de parte del ganador; otras veces salen del mercado o se refugian en otro escenario, en el cual sus líderes a veces guardan distancia física, social y cívica con la ciudadanía (Gutiérrez, 1998).

4.2.2.2 *Índices de fragmentación y competencia, candidatos a la alcaldía*

Es sabido que el *sistema de partidos* depende en gran parte la política local, y que las preferencias electorales de los ciudadanos que se manifiestan en el voto son un aspecto clave para estudiar las características o *dimensiones* del sistema de partidos. A pesar de no haber acuerdo sobre las dimensiones a considerar cuando se analiza un sistema de partidos, varios estudios coinciden en que inicialmente hay que tener en cuenta *la fragmentación y la competencia*; otros agregan *la monopolización, la polarización y la volatilidad*.

La fragmentación indica la medida en que el poder político se encuentra disperso o concentrado, nos dice además el porcentaje de votos en los cuales se está dividiendo el total, cuántos partidos cuentan en el proceso y qué tanto están fragmentando el sistema. *La competencia* manifiesta el grado de rivalidad entre los principales partidos y puede ser adecuadamente medida por la proximidad de los resultados (entre mayor el índice de competitividad, esta es menor). Los procedimientos para medir estas dimensiones se dan mediante la búsqueda de valores de determinados índices, aplicando fórmulas a los resultados electorales. Estos dos índices, son los que analizaremos para el caso de los datos electorales en el municipio de Rionegro.

En la siguiente tabla y su respectivo gráfico, se aprecian datos sobre fragmentación y competencia, resultado de operaciones basadas en el número de votos por partido o movimiento político, es decir, votos por candidato¹²⁴ en cada periodo electoral.

En cuanto al número de competidores, en cada elección hay varias ofertas a las que se enfrentan los electores, de ahí que se establece la competencia cuyo resultado son las proporciones o votos que está capturando cada uno de los partidos que compete. Se destaca que en el último periodo obtuvieron resultados muy similares, quienes

.....

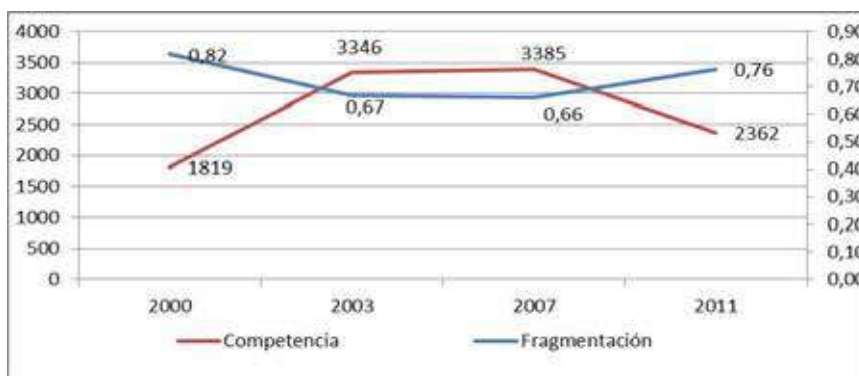
124 Son votos por candidato, no se tienen en cuenta los votos en blanco.

Tabla 11. Fragmentación y competencia en elecciones para alcalde

Año	Nº cand.	Fragmentación	Competencia
2000	10	0,82	1819
2003	6	0,67	3346
2007	4	0,66	3385
2011	7	0,76	2362

Fuente: Construcción conjunta con Fredy Bedoya, Magister en Ciencia Política, Universidad de Antioquia, enero de 2014.

Gráfico 1. Fragmentación y competencia



Fuente: Construcción conjunta con Fredy Bedoya, Magister en Ciencia Política, Universidad de Antioquia, enero de 2014.

se ubicaron en los puestos segundo, tercero, cuarto, y quinto, todos, con gran capacidad de acumular votos, aunque alejados del primero.

Si se tiene en cuenta que el índice de *fragmentación* va de 0 a 1, en la competencia electoral para alcalde del 2000, se dio un alto nivel de fragmentación (0,82), ya que se presentaron 10 candidatos, 6 de los cuales representaban al Partido Liberal, la mayoría, con un número significativo de votos. Se evidenciaba una amplia dispersión e indisciplina política al interior del partido, situación que aparentemente cambió después de la Reforma Política del 2003,

año en el cual la fragmentación rebajó (0,67), ya que el número de candidatos se redujo a 6. Si se toman tanto partidos como votos, se pueden presentar partidos diferentes, cada uno con un resultado insignificante de votos, caso en el cual la fragmentación no sería alta. Aquí es importante advertir que la solución al problema del liberalismo se tradujo en una mayor diversidad de etiquetas partidarias entre las cuales se dio competencia y especialmente *reacomodo* de candidatos de raíz liberal hacia sus vertientes: Cambio Radical y Colombia Democrática, por ejemplo. Se puede decir que, de las elecciones del 2000 al 2003, se dio más reacomodo que cooperación o alianzas.

Para el 2007, se registró la fragmentación más baja en el periodo analizado (0,66), al presentarse 4 candidatos, todos de raíz Liberal, es decir, se redujo el abanico de partidos, se dio un nuevo reacomodo (hacia Cambio Radical, la U, y el mismo Movimiento Ciudadano). El candidato ganador representaba el Movimiento Ciudadano conformado por la coalición de varios partidos políticos: Colombia Democrática, Alas Equipo Colombia y AICO. Se advierte que esta baja fragmentación, no solo fue consecuencia de la Reforma Política del año 2003, también indujo a cooperar o a acomodarse. Por tanto, de las elecciones del 2003 al 2007 se dio cooperación y reacomodo entre quienes conformaron el Movimiento Ciudadano para elegir al candidato ganador.

Finalmente, para 2011 se aprecia de nuevo una alta fragmentación (0,76). Se presentaron 7 candidatos bajo diferentes avales, antes de filiación liberal, que ahora engrosan otras filas, lo cual evidencia la no cooperación en esta contienda electoral.

Si el índice de *competencia va de 0 a 10.000* y entre mayor el índice, menor el nivel de competencia, para las elecciones de 2000, el índice de competencia que fue bajo (1819), es congruente con el número de candidatos y con la capacidad de algunos de aglutinar la mayoría de los votos; el escenario electoral fue más competitivo por haber un mayor número de partidos capturando un número importante de votos. Se puede decir que, la fragmentación del Partido Liberal, hizo más reñida las elecciones; esto es, alta competencia, alta fragmentación.

En las elecciones de 2003, dicho índice aumentó (de 1819 a 3346) y rebajó la competencia; el índice de fragmentación rebajó; se presentó una tendencia al monopolio, puesto que el primer candidato capturó el 47% de los votos y el segundo el 31%; ambos personajes mostraron alta capacidad electoral en sus resultados; pero fue mayor la *diferencia en votos* entre los dos primeros candidatos (5806 votos), respecto a las elecciones del año 2000 (4542 votos). Según los resultados, el año 2003, fue un escenario menos competitivo que el del año 2000.

Para las elecciones de 2007, el índice de competencia subió (3385), lo cual indica que la competencia bajó (5911 votos de diferencia entre los dos primeros candidatos); también rebajó la fragmentación. Esto es, baja competencia y baja fragmentación; más monopolio o pocos de ellos con alto poder electoral. En los resultados, aunque hay alguien que está liderando, los demás también tenían capacidad de aglutinar votos que en años anteriores. Para el último periodo electoral el índice de competencia bajó (2362), es decir, se dio alta competencia, alta fragmentación, porque volvió a aumentar el número de partidos. Los cinco candidatos a la alcaldía que siguieron al ganador tenían similar y alta capacidad de aglutinar votos, que la dada en 2003 y 2007.

En resumen, entre mayor es la fragmentación es porque hay más partidos que están en competencia o que generan votos. Se dio mayor competencia en los años 2000 y 2011 y en este último se aglutinaron más votos que en los años anteriores.

4.2.2.3 *Relaciones con otros grupos políticos, coaliciones*

Toda red clientelar como un tipo de relación social, relativamente estructurada, aparte de las relaciones que establece con la ciudadanía en general, también lo hace con partidos y movimientos políticos, bajo la modalidad de *alianzas o coaliciones políticas* en época electoral con el fin de conseguir el poder político. En ellas, las partes comparten un interés u objetivo similar, a pesar de que ideológicamente no sean idénticas, pues se establecen para vencer, aunque deban renunciar a poner sus propios candidatos y tengan

que aliarse a varios partidos y movimientos con un candidato común. De ahí que muchos políticos piensan que las coaliciones son fundamentales durante las campañas electorales.

Quienes hacen política se valen del concepto de coalición. A veces son temporales y se rompen, otras veces más duraderas, y pocas veces permanentes. Se hacen previamente por motivos electorales o después con fines de gobernabilidad. Las coaliciones electorales son una confluencia de fuerzas de grupos políticos para llegar al poder. Las coaliciones en Rionegro se han hecho desde la primera alcaldía popular, cuando se establecieron *alianzas* y se sumaron fuerzas para conseguir triunfos electorales:

“Nosotros teníamos un candidato del grupo de nosotros, había otros que hacían campañas por otros grupos políticos, liberal, conservador, independiente, como fuera, pero entonces ellos veían que el candidato de uno era el más fuerte, entonces decían: ‘nosotros vamos apoyar a Fulano de tal para la alcaldía’,¹²⁵ entonces apoyaban a ese, porque ellos cogían más votos, entonces ya exigen un puesto, secretario, personera, entonces son estrategias para poder conseguir los puestos. Todo el mundo se unía a un alcalde para poder coger votos y para poder exigir. [...] si no se hace coalición no se hace nada, teníamos coalición con los mismos liberales, con varios, con todo el que quería, nosotros como siempre sacábamos mayoría, entonces ya nos reforzábamos con otros grupos” (Entrevistado N°4, 9 de septiembre de 2013).

Con las coaliciones, los políticos observan y tantean donde está ubicada la fuerza política de mayor arrastre, miran si es posible vencerla o no; en caso contrario, buscan acomodarse y se matriculan en otro partido o establecen coaliciones con el candidato que creen va a ganar las elecciones, lo apoyan en campaña y después de ésta.

En Rionegro como en muchos municipios de Colombia, éstas se han llevado a cabo en cada periodo electoral. Entonces, ¿cuáles coaliciones o alianzas políticas se han dado en Rionegro con el fin de conseguir el poder político local en estos periodos?

125 La expresión Fulano de tal, se usa comúnmente para hacer referencia a cualquier persona, sin especificar el nombre o apellido.

4.2.2.3.1 Elecciones, 2000

En estas elecciones se destacó el potencial electoral aportado por el Partido Liberal con especial protagonismo del Sector Democrático. Entre el Partido Conservador y Fuerza Progresista se obtuvo algo menos de una cuarta parte de lo logrado por los liberales; el Movimiento Político Comunal y Comunitario de Colombia, que antes había participado como Movimiento Cívico Comunal, surgió con buena capacidad de aglutinar votación, y la Alianza Social Indígena con un leve resultado electoral.

De 13 grupos políticos, solo 5 consiguieron representación en el Concejo: Partido Liberal Colombiano (10), Partido Conservador Colombiano (2), Movimiento Alianza Social Indígena (1), Movimiento Fuerza Progresista (1) y Movimiento Comunal y Comunitario Colombiano (1). Quedaron sin representación: Movimiento Convergencia Ciudadana, Movimiento Convergencia Popular Cívica, Movimiento Laicos por Colombia, Movimiento Progresismo Democrático, Movimiento Renovación Democrática, Movimiento Cambio Radical, Moir y C-4 (Compromiso Cívico Cristiano con la Comunidad). Los 15 concejales elegidos fueron:

Tabla 12. Concejales electos, 2000

Partido o Movimiento	Votos Partido	Concejales	Votos Cand.
P. Liberal Colombiano ¹²⁶	22356	Franz Norberto Galvis Carmona	1407
		Hernán Antonio Restrepo Gaviria	896
		Luis Alberto Castro Hernández	1188
		Humberto Quintero Villada	1682
		Andrés Julián Rendón Cardona	1440
		Saúl Martínez Quintero	1052
		León Darío Orozco Urrea	1349
		Heriberto González Ospina	927
		Javier Sierra Uribe	914
		Raúl Restrepo Orozco	888

.....
126 El Partido Liberal Colombiano en Rionegro, para este momento, estaba dividido.

Partido o Movimiento	Votos Partido	Concejales	Votos Cand.
P. Conservador Colombiano	3505	Luis Hernando Donado Tovar Santiago Martínez Monsalve	885 856
M. Alianza Social Indígena	881	Hernán Darío Álvarez Suárez	881
M. Fuerza Progresista	2014	Jaime León Valencia Ruiz	1021
M. Político Comunal y Comunitario de Colombia.	1111	Rodrigo Agudelo	1111
M. Convergencia Ciudadana*	423		
M. Convergencia Popular Cívica*	359		
M. Moir*	163		
Laicos por Colombia	668		
M. Progresismo Democrático*	22		
M. Renovación Democrática*	199		
M. Cambio Radical*	109		
C-4*	292		

Fuente: Construcción propia con datos de la Registraduría Nacional del Estado Civil, Estadísticas Electorales 2000.

Software desarrollado por el SISE (CD)

Darío García, candidato ganador de la alcaldía, estuvo apoyado por los siguientes grupos: parte del Partido Liberal que le dio el aval, Convergencia Ciudadana, Partido Conservador, Fuerza Progresista, Partido Colombia Viva, Vamos Colombia, Colombia Popular Cívica, Nuevo Liberalismo y, de manera especial, el Movimiento Comunal y Comunitario dirigido por Libardo Aristizábal, cuyo representante más importante en el concejo fue Rodrigo Agudelo. Pasadas las elecciones hubo una coalición en el Concejo, se dio una mezcla de liderazgos y se logró un apoyo significativo del liberalismo.

Hernán Ospina, en esta su primera aspiración, cuando apenas se atrevió a ser opción política, hizo alianza con: Moir, Laicos por Colombia, parte minoritaria del Partido Liberal y Alianza Social Indígena. Aún no se contaba con una estructura organizativa sólida, ni con una coalición fuerte de partidos para llegar al poder. Entre los

representantes de estos grupos políticos que siguieron con Hernán Ospina en las próximas campañas estaban: Hernán Darío Álvarez, Mauricio Rendón, Hernán Restrepo, Franz Galvis y Rodrigo Agudelo.

4.2.2.3.2 Elecciones, 2003

Para estas elecciones, aunque permanecía el Partido Liberal, participaron partidos y movimientos políticos tradicionales, transicionales e independientes. Se posicionaron para este periodo electoral: *Cambio Radical* y *el Movimiento Político Comunal y Comunitario*. Con este dato se observa una *primera fase de reacomodo partidista*: tomó un gran peso el Movimiento Comunal y Comunitario de Colombia¹²⁷ con mayor puntaje para el concejo, seguido de Cambio Radical y de un Partido Liberal debilitado. Subieron, entonces, Cambio Radical, Colombia Democrática, Colombia Viva y el Movimiento Equipo Colombia que era la cuota del Partido Conservador que no presentó candidato a la alcaldía ni logró curul en el Concejo Municipal. Entre los 61 candidatos al concejo, los 15 concejales electos, representaban las siguientes tendencias políticas:

Tabla 13. Concejales electos, 2003

Partido o Movimiento	Votos Partido	Concejales	Votos Cand.
P. Cambio Radical Colombiano	6256	Juan Enrique Upegui Eastman Alba Inés Serna Lopera Rodrigo Hernández Alzate John Dairon Jaramillo	466 450 510 547
P. Colombia Democrática	2124	Mauro Antonio Rendón	714

.....
127 Este movimiento creado en 1996, y con Personería Jurídica en 1997, tuvo su apogeo en 2003, fue un movimiento alternativo inspirado en la Constitución de 1991, no alcanzó a posicionarse debido a las reformas políticas. No avaló a ningún candidato a la alcaldía; fue más bien utilizado para avalarse con candidaturas al Concejo. El movimiento desaparece en 2004 (Entrevista AL, entrevista 9 de septiembre de 2013).

Partido o Movimiento	Votos Partido	Concejales	Votos Cand.
P. Liberal Colombiano	5782	Jorge E. H. Echeverri Ramírez Olincer de J. Osorio Montoya Hernán Darío Álvarez Suárez	714 1078 924
M. Equipo Colombia	2717	Víctor Julio Tejada	822
M. Pol. Comunal y Comunitario de Colombia	7964	Franz Galvis Carmona Mauricio Rendón González Gildardo Valencia Luis Alfredo Ospina Carlos Andrés García	801 1532 1039 793 795
M. Colombia Viva	3068	Jairo Iván Marulanda Tobón	542
P. Conservador Colombiano*	1394		
M. Vamos Colombia	536		
C-4	361		
M. Convergencia Popular Cívica*	380		
M. de Integración Popular “Mipol”	561		
Nuevo Partido	1064		
M. Nuevo Liberalismo	740		

Fuente: Construcción propia con datos de Registraduría Nacional del Estado Civil, Estadísticas Electorales 2003. Elecciones de autoridades locales, octubre 26. Informe de votación, corporación concejo, fecha de escrutinio: 30/03/2004, Software CD.

En resumen, el número de concejales según tendencia política fue la siguiente: Liberal (3), Cambio Radical (4), Colombia Democrática (1) y los Movimientos Político Comunal y Comunitario de Colombia (5), Colombia Viva (1) y Equipo Colombia (1).

En el 2003, los grupos que hicieron *coalición* con Hernán Ospina fueron: Partido Liberal; el Movimiento Político Comunal y Comunitario; también lo apoyaron Vamos Colombia, El Nuevo Liberalismo. En general, la mayoría eran comunitarios, como lo manifiesta uno de sus líderes: “los demás éramos comunitarios

tratando de hacer gestión para lo que las comunidades necesitan, con una labor fructífera basada en la coalición comunitaria” (Entrevistado N°11, 9 de septiembre de 2013).

En estas elecciones el Movimiento Comunal y Comunitario logró cinco curules al concejo, fue el grupo mayoritario. Llegaron: Alfredo Ospina, Carlos Andrés García, Mauricio Rendón, Frank Galvis y Gildardo Valencia; con una votación en favor de Hernán Ospina por la coalición entre diferentes grupos. Con los tres liberales, los cinco comunales y uno del Equipo Colombia, arrancó la coalición.¹²⁸ Se hizo visible la tarea de establecer coaliciones con distintos líderes políticos para cautivar el mayor potencial electoral posible y ponerlo a disposición para las de 2007.

El Movimiento Político Comunal y Comunitario no presentó candidato porque fue una coyuntura y no tenía mayoría en el ámbito nacional, pero aunque la tenía a nivel local, perdió la personería jurídica con la Reforma del 2003.¹²⁹ Podría decirse que fue un partido que brindó a muchos la oportunidad de avalarse (por efecto de la lista única); otros dirían que fue quizá un paraguas para escamparse mientras se podía correr para otro lado.

“Cuando sacamos los cinco concejales en el 2003, ellos fueron aspirantes o candidatos que venían de otros partidos que no encontraron cabida en otro partido y por estrategia se metieron acá y ese fue un error del movimiento. Entonces, uno cree que el movimiento creció y mentiras que lo que hizo fue prestar su nombre para que fuera utilizado [...]. Yo pienso que él lo que hizo fue aprovechar el movimiento, [...] porque a la primera oportunidad de cambiarse, él y todos se cambiaron. El único que no se cambió fue Rodrigo Agudelo que no fue electo” (Entrevistado N°4, 9 de septiembre de 2013)

128 Reaparece Álvaro Arteaga, su primer jefe político en 1988, ahora en 2003, candidato al concejo, sin lograr ser elegido.

129 La Pérdida de la Personería Jurídica, se da cuando no se alcance la votación exigida o la representación en el Congreso, cuando se da la disolución de acuerdo a sus estatutos o cuando el Consejo Nacional Electoral lo declare según esta ley.

4.2.2.3.3 Elecciones, 2007

Para las elecciones del año 2007 se presentaron 10 partidos políticos al concejo. Con este dato se resalta una segunda *fase del reacomodo partidista*, teniendo en cuenta algunos efectos de la *Reforma de 2003*: desapareció de la escena electoral Colombia Viva y el Movimiento Político Comunal y Comunitario. Se reacomodó Cambio Radical, ya que aumentó considerablemente su votación; subió Colombia Democrática, Alas Equipo Colombia; resurgió Convergencia Ciudadana con buenísimos resultados, y surgieron en muy buena posición: el Partido Social de la Unidad Nacional, producto de la transformación del Nuevo Partido, al igual que Apertura Liberal y AICO, al que se integraron los miembros del Partido Comunal. Nótese la baja presencia de los Partidos Liberal y Conservador en la contienda electoral. A partir de este periodo electoral el municipio de Rionegro superó los 100.001 habitantes, lo que le dio derecho a elegir en estas elecciones 17 concejales, de los 141 que se presentaron, la corporación¹³⁰ quedó conformada de la siguiente manera:

Tabla 14. Concejales electos, 2007

Partido o Movimiento	Votos Partido	%	Concejales	Votos Cand.
M. Alas Equipo Colombia	5603	11,63	Víctor Julio Tejada Omar Efrén Monroy Palacio	992 1041
P. Convergencia Ciudadana	5684	11,80	Fernando A. Valencia vallejo Carlos Mauricio Martínez Flórez Juan Camilo Martínez Gómez ¹³¹	664 875 824

.....
¹³⁰ La composición de los Concejos Municipales depende del número de habitantes y de la categoría de cada municipio. Desde 100.001 hasta 250.000 habitantes, eligen 17 concejales.

¹³¹ José Gregorio Orjuela (606 votos), no fue electo para el Concejo en 2007, asumió como concejal en reemplazo de Juan Camilo Martínez por inhabilidad (824 votos).

Partido o Movimiento	Votos Partido	%	Concejales	Votos Cand.
P. Cambio Radical Colombiano	8240	17,11	Carlos Andrés García John Dairon Jaramillo Saúl Martínez Quintero Jairo Iván Marulanda Tobón	1292 738 697 678
P. de la U	5500	11,42	Mauricio Rendón González Gildardo Valencia	1297 1217
M. Apertura Liberal	3325	6,90	Bianey de J. Castro Herrera	606
M. Autoridades Indígenas de Col., AICO	4394	9,12	Yised Baena Aristizábal Emilio González Villada	623 550
P. Colombia Democrática	3972	8,25	Luis Alfredo Ospina León Darío Orozco	1042 714
P. Liberal Colombiano	2850	5,92	Santiago Ospina	632
P. Conservador Colombiano*	546	1,13		
Polo Democrático Alternativo*	622	1,29		

Fuente: Construcción propia con datos de la Registraduría del Estado Civil.
 Histórico de elecciones locales 2007, Disponible en: <http://w3.registraduria.gov.co/escrutinio/resultados>

Cambio Radical (4), Convergencia Ciudadana (3), Colombia Democrática (2) Alas Equipo Colombia (2), AICO (2), Partido de la U (2), Liberal (1), Apertura Liberal (1). En estas elecciones el Partido Conservador y el Polo Democrático Alternativo no tuvieron representación.

Para 2007, los grupos políticos que acompañaron a Alcides Tobón Echeverri, quien participó por el Movimiento Ciudadano Rionegro con Valores, fueron: Alas Equipo Colombia, AICO y Colombia Democrática.¹³² Así, la llegada a la alcaldía de Alcides

.....
 132 Colombia Democrática y Cambio Radical son desde las 2003 versiones del Sector Democrático y Alas Equipo Colombia, tendencia del Partido Conservador, que hacen coalición.

Tobón es el resultado de la sumatoria de fuerzas políticas o *coalición política*. Uno de los integrantes del comité de educación, manifiesta que “la principal estrategia para ganar elecciones y conseguir el poder político fue la unión de varios partidos apoyando al candidato” (Entrevistado N°12, 15 de febrero de 2014).

4.2.2.3.4 Elecciones, 2011

En estas elecciones aparecieron: ASI, Verde, MIRA, PIN, MIO, y desaparecieron: Alas Equipo Colombia, Convergencia Ciudadana, Apertura Liberal, Colombia Democrática, o se debilitaron partidos y movimientos políticos que antes parecían fuertes en este escenario (Partido Liberal y Cambio Radical). Nótese, según resultados electorales, que obtuvieron mayor votación algunos transicionales y nuevos o independientes, desplazando a partidos que fueron fuertes en la política nacional como el Liberal, Cambio Radical y el Partido Conservador, aunque este último se vio fortalecido en estas elecciones.

En cuanto a los aspirantes al concejo, la mayoría apoyaba al candidato y ex alcalde Hernán Ospina, quien se había hecho popular en el municipio, y lo hacía ventana de oportunidades políticas para muchos. En estas elecciones, de 169 candidatos, fueron elegidos para el concejo los siguientes:

Tabla 15. Concejales electos, 2011

Partido o Movimiento	Votos Partido	%	Concejales	Votos Cand.
P. Conservador Colombiano	5887	12.09	Omar Efrén Monroy Palacio José Naún Zuluaga	1182 600
P. de Integración Nacional, PIN	6316	12.97	Fernando a. Valencia Adrián A. Castro Alzate José Gregorio Orjuela	1391 1024 1315
P. Alianza Social Independiente, ASI	6371	13.08	Juan Manuel González A. Melquisedec Serna Leidy M. Arias Tamayo	856 872 741

Partido o Movimiento	Votos Partido	%	Concejales	Votos Cand.
P. de la U	7411	15.22	Juan Fernando Ospina H. Carlos Mauricio Martínez F. Gildardo Valencia	864 829 1294
M. de Inclusión y Oportunidades, MIO	3097	6.36	Jorge H. Rendón Zapata	506
P. Cambio Radical Colombiano	3819	7.84	Giovanny García Martínez	853
M. Autoridades Indígenas de Col., AICO	5790	11.89	Yised Baena Aristizábal Jaime a. Baena Gaviria	903 821
P. Liberal Colombiano	2915	5.98	J. Sebastián Castro H.	550
P. Verde	3738	7.67	Genaro Tabares Jaramillo	752
M. Mira*	346	0.71		
Polo Democrático Alternativo*	595	1.22		

Fuente: Construcción propia con datos de la Registraduría del Estado Civil.

Histórico de resultados electorales. Disponible en:

<http://w3.registraduria.gov.co/escrutinio/resultados> 2011-última actualización 21/02/2014-.

Obtuvieron representación en el Concejo los partidos: Liberal (1), Conservador (2), Alianza Social Independiente (3), Partido de la U (3), PIN (3), Cambio Radical (1), Verde (1) y los Movimientos AICO (2) e Inclusión y Oportunidades, MIO (1).

Para las elecciones de 2011, Hernán Ospina con el aval de la ASI, hizo coalición para su candidatura con el Partido Verde; Partido de Integración Nacional, PIN; Partido Alianza Social Independiente, ASI; parte del Partido de la U, parte de AICO y de Cambio Radical.

“De los concejales que hay en este momento, casi todos apoyan a Hernán Ospina, es la mayoría. El Partido Liberal no lo ayudó, pero ahora está en la coalición; el Partido Conservador tampoco estaba con él, pero de dos,

hay uno en la coalición; de Alianza Social Independiente, los tres están en la coalición; de Cambio Radical también; El Partido de la U no lo apoyó, pero hay uno que hoy está en la coalición; AICO, estuvo partido, ya se venía haciendo campaña con Hernán Ospina, con Jaime Baena, pero no con Yised Baena, ella está en la oposición. El PIN también llegó con él. El Polo Democrático, el MÍO y el MIRA, no” (Entrevistado N°6, 14 de noviembre de 2013).

“Yo estaba apoyando en el periodo anterior el mandato de Hernán Ospina, pero esto no quiere decir que estaba en la ASI, yo pertenecía al Partido de la U, pero pude orientar todo, hacia el candidato de la ASI” (Entrevistado N°20, 24 de octubre de 2013).

Finalmente, en las prácticas y modos de inserción de las redes en la vida local, se hacen visibles los vínculos con los electores en un escenario electoral.

4.2.2.3.5 El escenario electoral: rotación partidista

Toda la generación de políticos inscritos en el contexto de la *elección popular de alcaldes*, la apertura de espacios de participación a raíz de la *Constitución de 1991*, el inicio del nuevo milenio y las *Reformas Políticas de 2003 y 2009*, han vivido más directamente el proceso de transformación de los partidos, lo que ha hecho evidente el movimiento del entorno político en cada momento.

“Estuve en el Sector Democrático en alianza con el sector comunitario desde el año 1986, cuando tuve esos primeros puestos de tesorería y personería, como alcalde popular, como asesor en la gobernación y posteriormente en la Cámara de Representantes que fue del 1998 al 2002. Luego voy y aspiro al Senado de la República, y en ese momento estaba la contienda entre el Doctor Serpa, por el Partido Liberal, y el Doctor Álvaro Uribe Vélez que estaba por firmas, por Primero Colombia. Entonces el Doctor Serpa dio la orden al Partido Liberal –yo tenía el aval de ese Partido como Representante a la Cámara– que quien no lo apoyara como Presidente, no se le podía dar aval, y fue en el 2002, que lo busqué en el Partido Cambio Radical, en ese momento en alianza con el Movimiento Comunal, y lo mismo pasó en el año 2006, que fui Senador, también por el Partido Cambio Radical. [...] cuando hubo la división

entre el Ex Presidente Uribe y Germán Vargas, y como nosotros hemos sido de una orientación fundamentalmente del Doctor Álvaro Uribe, también como recomendación de él, nos fuimos para el partido de la U, o sea que estamos desde el 2008 hasta ahora, con el Partido de la U” (Entrevistado N°2, 15 de febrero de 2014).

Con la *Reforma de 2003*, algunos partidos desaparecieron y se estrechó la baraja de partidos por efecto de los umbrales. Cuando surgió la *Reforma Política del año 2009*, se presentó el transfuguismo que permitió que algunos concejales renunciaran a un partido y pasaran a otro para acomodarse: de Cambio Radical al Partido de U. Un ejemplo dado en Rionegro en el año 2010, es que se presentó la migración de nueve políticos de Cambio Radical al Partido de la U.¹³³ Las reformas en el Sistema Electoral dadas en el Congreso, han permitido tanto el movimiento de políticos entre partidos, como las alianzas durante las campañas electorales.

“De los nueve que nos juntamos: 4 de Cambio de Radical, más 2 que habían (sic) del Partido de la U, más uno del Partido Liberal, más otro del Partido Conservador, y otro más de un partido pequeño; de los nueve, hoy, 2 no hacen parte de la línea de la U. Uno de ellos se fue para el PIN, otro está muy cercano al Partido Conservador. En este momento son empleados públicos, uno a nivel municipal y otro a nivel Nacional. Esto depende de las conveniencias” (Entrevistado N°15, 9 de septiembre de 2013).

Así se consolidó ese partido con el mayor número de concejales, pero no porque lo hubiera logrado en las elecciones, sino porque el *trasfuguismo* permitió que renunciaran al partido inicial y migraran: se dio el cambio de un partido a otro, se hicieron coaliciones políticas para alcanzar el umbral y muchas veces la permanencia en partidos transicionales de algunos líderes políticos, lo que tuvo que ver con las dinámicas de las reformas electorales y con las decisiones que los partidos y sus líderes tomaron en el ámbito nacional.

133 Luego, muchos políticos del Partido de la U, pasan al Centro Democrático, pero se advierte que este dato está fuera del contexto de la investigación.

Sobre esta *rotación partidista*, tenemos el caso particular de Hernán Ospina, quien nació en un Movimiento Cívico Comunal, luego representó al Partido Liberal y para las últimas elecciones, en esa búsqueda de avales, lo consiguió en la ASI, aunque se declaraba cien por ciento liberal y amante de la Constitución de Rionegro de 1863. El cambio desde el Partido Liberal, el cual lideró localmente después de su primera alcaldía, al Partido Alianza Social Independiente, se debió a algunos desacuerdos dentro del partido a nivel local. Antes de su retiro había tenido la intención de postularse como representante a la cámara, pero un grupo de amigos le propuso desistir de esta aspiración, para volver a la alcaldía, propuesta que finalmente aceptó.

“Se cambió a la ASI, por las diferencias con el partido liberal. Empiezan con ataques y Hernán renuncia al partido liberal. Empiezan inconformidades de que se había retirado y no. Empieza a hacerse la recolección de firmas, pero brinda el aval el partido de la ASI” (Entrevistado N°10, 18 de mayo, 2014).

Luego de dos meses, Ospina quería ver cómo estaba el ambiente político en Rionegro, y en una reunión convocada por Aldemar Zapata, a la que asistió un grupo aproximado de 200 personas, se presentó y manifestó su deseo de volver a aspirar a la alcaldía. Allí expuso la situación que había estado enfrentando con el Partido Liberal. La respuesta de los presentes fue de apoyo para iniciar el proceso de recolección de firmas (se llevaban unas 8.800 firmas, en formatos no válidos), asunto que complicó su problema ante el Partido Liberal por cuestiones de términos de la renuncia, pero la situación finalmente se solucionó. Ante esto, la ASI recién conformada en Rionegro bajo la dirección de Aldemar Zapata, en términos de la ley, le concedió el aval y lo registró como candidato a la alcaldía ante la Registraduría.

En este dinamismo se aprecian los tránsitos del personal político más visible del municipio. Unos van, otros vienen, unos se quedan y otros salen como por una puerta giratoria, oportunidad

para que los políticos busquen conveniencias y se adapten a las reglas del juego electoral que hacen que la *política sea cambiante* y que los políticos se acomoden, *desde y hacia* partidos tradicionales, transicionales e independientes (Gutiérrez, 2007).

Las redes que han apoyado a Hernán Ospina, alcalde durante dos periodos, han permanecido y han sido funcionales, lo cual se ha expresado en los triunfos electorales, tanto para el concejo como para la alcaldía. Los candidatos elegidos en este tiempo, han hecho coalición electoral con diferentes facciones de los partidos tradicionales, moviéndose con fluidez entre las distintas tendencias del Partido Liberal, inclusive con el Partido Conservador y los movimientos comunitarios, con el fin de conseguir los votos necesarios para acceder al poder.

En general, se aprecia que el peso político se distribuye hacia partidos y movimientos de origen liberal, hacia los transicionales, y más aún hacia la tendencia uribista, pero no hacia el liberalismo tradicional, ni hacia los independientes o de izquierda; no hay peso hacia los partidos como el Polo Democrático, Mira o Partido Verde; ha habido más preferencia por partidos o movimientos de organización comunitaria.

Desde mucho antes del cambio constitucional de 1991, los alcaldes del municipio han sido del Partido Liberal y con la *fragmentación de los partidos tradicionales*, algunos han surgido de otros *grupos políticos*, fruto del ejercicio de gobiernos liberales previos o de movimientos independientes. La sociedad de Rionegro ha cambiado en su identidad política, es menos adscrita a los partidos tradicionales. Ahora se buscan otros avales, se hacen coaliciones y en esto se refleja cierta *lógica clientelista en redes de intermediación política* que se configuran con el fin de conseguir y mantener el poder político al conquistar un potencial electoral que, en parte, participa de la dinámica del clientelismo.

Conclusiones

Este estudio de caso permite entender *el clientelismo político como un mecanismo de intermediación que se desarrolla a través de redes clientelares, siempre presente en las elecciones y en la política local*. Hablar de clientelismo y de red de intermediación, obliga a referirse a la estructura, a la conformación de la red, a las dinámicas y estrategias de trabajo que se generan en su interior y con su entorno, en cuyas relaciones se visualiza su mecanismo principal, el *intercambio de recursos*. La claridad sobre estos aspectos, facilita entender *la forma cómo se ha ejercido la política en Colombia* y la lógica que hoy predomina en el sistema político colombiano, respecto a la competencia por el poder en escenarios electorales locales.

Hernán Ospina, quien se hace visible desde el inicio de la Elección Popular de Alcaldes en el municipio de Rionegro, como funcionario y concejal, es el *centro de una red* que se empieza a tejer para las elecciones del año 2000, cuando aspira por primera vez a la alcaldía. Esta red se *pre-configura* entre amigos y unos cuantos políticos, muchachos jóvenes pertenecientes a grupos minoritarios, quienes conforman un pequeño grupo político o asomo de red, con una estructura simple, poco densa y ligámenes aún débiles. Esta preconfiguración implica *su visibilidad* como opción futura a la alcaldía, con un capital electoral propio.

Para las elecciones de 2003, se *configura* la red, se conservan las mismas lealtades del grupo inicial, se suman nuevos intermediarios o *brokers* de segundo y tercer nivel, y la estructura organizativa del

grupo se hace más compleja. En su interior se asumen roles y se desarrollan estrategias de trabajo en época de campaña; es una *red de intermediación clientelar* funcional, cuya configuración implicó el *avance social y el posicionamiento* de Hernán Ospina como *jefe de la red* y jefe político local del municipio. Para las elecciones de 2007, este personaje y parte de su grupo político, apoyan al candidato que gana las elecciones. Así empieza a hacerse visible su *permanencia* como jefe político con la toma de decisiones en la política local. Para las elecciones de 2011 cuando aspira de nuevo a la alcaldía, se *reconfigura* la estructura de la red; esta se *amplía* con nuevos intermediarios y clientes que aportan capital electoral y con el mismo trabajo en red. Todo esto lo consolida de nuevo como *jefe de la red y jefe político del municipio*, muestra una fuerza política superior a la de los otros candidatos, y aparte de *conseguir ser electo de nuevo*, es visible su *permanencia en el poder político local*.

Los testimonios de este caso, refuerzan las características del clientelismo, casi todas las lealtades permanecen y se establecen nuevos roles y funciones, caso en el cual el clientelismo pasa a conformar *cadena con intermediarios entre patrones y clientes*, cuya vinculación es de complementariedad y de intercambios, pues las *relaciones de la red con el entorno*, giran en torno a *intercambios de bienes materiales e inmateriales*.

Sobre los primeros, se trata de dinámicas de trabajo o *estrategias de movilización* durante campañas electorales con el fin de ganar electores: con la *estrategia publicitaria* se consigue fortalecer la imagen política de Hernán Ospina; con la *estrategia política* se conforman *comités* con mesas temáticas de trabajo, se hace partícipe a la ciudadanía y surgen propuestas que se incluyen en el *programa de gobierno*; con las *brigadas*, mediante el ofrecimiento de algún servicio ocasional, se logra congregarse a un buen número de personas a cambio de simpatía, acompañamiento en la campaña y apoyo político a través del voto; igual objetivo se cumple con los *festivales comunitarios* y la celebración de fiestas tradicionales; las *visitas a barrios y veredas*, se hacen con fines como: recolección de firmas

para conformar un movimiento, recolección de información para la elaboración del programa de gobierno, y finalmente la socialización de los puntos clave de dicho programa. Lo común de todas las estrategias, es vender la imagen del candidato y el propósito general es establecer contacto y relaciones con la ciudadanía, acudiendo al *clientelismo electoral* como práctica, dentro de las cuales se incluye, aparte de bienes materiales, intercambios simbólicos o expresivos. Las relaciones se basan en intercambios para la consecución de votos. Dentro de los intercambios de bienes materiales, es de vital importancia reconocer que con algunas comunidades se establecen intercambios colectivos posteriores como son las obras o ciertos programas que se incluyen en lo que en otros países puede llamarse obrismo que no siempre es un quehacer clientelista por ser parte de los compromisos del gobierno; pero otras veces hacen que se configuren o mantengan relaciones clientelistas entre un líder y una comunidad.

En este clientelismo, también se ubican los *bienes inmateriales*, expresados por lo general en *cargos burocráticos, nombramientos fijos, contrataciones significativas y aprendizajes políticos*, se establece una relación entre el incremento de los recursos públicos en disputa y las lógicas de intermediación clientelar. Rionegro cuenta con 13 secretarías y 35 direcciones operativas, varias entidades descentralizadas y, al interior de ellas, una variedad de cargos que constituyen recursos inmateriales o de estatus que alimentan las disputas por el control de la política local. La estructura administrativa expresada en cargos burocráticos y contratos, ha variado en cada periodo, lo cual puede leerse como intercambio de recursos, o como organización administrativa y modernización del municipio. Esos cargos o cuotas burocráticas han aumentado y son el *sustento de las campañas*.

La competencia por los puestos burocráticos ha impulsado también el establecimiento de *relaciones en el escenario electoral* entre partidos, en términos de alianzas y coaliciones y aquellas que tienen que ver con tránsitos de políticos de un partido o movimiento a

otro. Es todo un dinamismo facilitado por las últimas reformas político-electorales del país.

En el marco de los cambios institucionales de la década 1990, con la ampliación de las oportunidades de participación política, el desempeño electoral de Hernán Ospina en las elecciones del año 2000, se muestra cuantitativamente con capacidad de aglutinar una cantidad importante de votos; y cualitativamente porque da un salto como opción de poder. En 2003, las elecciones se dan bajo los efectos de la Reforma Política de ese año. Aquí hay que recordar que la intermediación de tipo clientelista no solo ha sobrevivido, sino que se ha adaptado a las transformaciones recientes de la política colombiana; es el atributo que se le da a la red como *sistema de oportunidades* para sus afiliados, se da un primer *reacomodo o distribución de las organizaciones partidistas* respecto al año 2000. En las elecciones de 2011, su nuevo triunfo, invita a reconocer las lógicas de intermediación política para la consecución y permanencia en el poder local. En este periodo, es visible el debilitamiento de los partidos tradicionales como el del Partido Liberal, incluso de algunos transicionales de su raíz.

En dicho escenario, toda red clientelar establece relaciones con partidos y movimientos políticos, bajo la modalidad de *alianzas o coaliciones* políticas en época electoral con el fin de conseguir el anhelado poder político. Las coaliciones en Rionegro se han hecho desde la primera alcaldía popular, cuando se hacen alianzas políticas y se suman fuerzas para conseguir triunfos electorales. El grupo de Hernán Ospina, en su primera aspiración a la alcaldía, hace coalición con minorías; en las elecciones de 2003 y 2011, el apoyo es de la mayoría, pues ciertos partidos y movimientos políticos con sus respectivos líderes, se van sumando a la coalición y hacen parte de esta red que se amplía en cada periodo electoral.

Es claro que, toda la generación de políticos inscritos en un contexto que comprende la elección popular de alcaldes, la apertura de espacios de participación a raíz de la Constitución de 1991, el inicio del nuevo milenio y las Reformas Políticas de 2003 y 2009,

han vivido más directamente el proceso de transformación de los partidos, el dinamismo político de cada momento, los tránsitos del personal político más visible del municipio *desde y hacia* partidos tradicionales, transicionales e independientes, puesto que los políticos se adaptan a las reformas políticas para permanecer. Hernán Ospina nace en un Movimiento Cívico Comunal, luego representa al Partido Liberal y para las últimas elecciones, en esa búsqueda de avales, lo consigue en la ASI. En general, los políticos se van acomodando y buscan conveniencias. La política es dinámica, es cambiante.

La sociedad de Rionegro ha cambiado en su identidad política liberal, es menos adscrita a un partido tradicional; se vincula con una *lógica clientelar dada en redes de intermediación*, mediante la conquista de un potencial electoral que en parte se inscribe en las dinámicas del clientelismo. Esta *red de intermediación clientelar*, se ha expandido, ha permanecido y ha sido funcional, expresada en triunfos electorales, tanto para el Concejo como para la Alcaldía.

En fin, el clientelismo continuará siendo un fenómeno cambiante de acuerdo a condiciones de la sociedad, del sistema político y se irá configurando como elemento que está ahí, siempre presente. Las transformaciones del clientelismo político son consecuencia de la utilización de las relaciones de clientela para las elecciones en el marco de la política local.

Referencias bibliográficas

- Arenas, J. & Escobar, J. (2003). Un balance de los estudios sobre partidos políticos en Colombia. *Estudios Políticos*, (23). Universidad de Antioquia, p. 80-100.
- Audelo, J. (2004). ¿Qué es el clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática. *Estudios Sociales*, 12, (24), julio-diciembre, 2004, p. 124-142.
- Audelo, J. (2004). *Lo que no es clientelismo: corporativismo, clientelismo y democracia, clientelismo y desarrollo, clientelismo y corrupción, clientelismo y capital social; con relación al mismo clientelismo*, p. 127-137
- Aunta, A. (2009). *Clientelismo y desarrollo barrial en Bogotá: análisis a partir del caso del barrio Cerro Norte (pregrado en Ciencia Política)*. Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencia política y Relaciones Internacionales, p. 23.
- Auyero, J. & Güneş A. (1997). *¿Favores por votos? Estudios sobre el clientelismo político contemporáneo*. Buenos Aires: Losada, p. 15-36, 93-110.
- Auyero, J. (2001). *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo*. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 252 p.
- Auyero, J. (2002). Clientelismo político en Argentina: doble vida y negación colectiva. *Perfiles Latinoamericanos*, (20), p. 33-52.
- Auyero, J. (2008). Repensando el tropo del clientelismo político. Villalibre. *Cuadernos de Estudios Sociales Urbanos. Centro de Documentación e Información Bolivia (Cedib)* (3), p. 5-37.
- Avendaño, L. (2009). *Bernardo Guerra, un caso del clientelismo en Antioquia 1960-2002*. (Tesis, Pregrado en Historia) Materiales para su estudio, Medellín.
- Caciagli, M. (1991). *¿Condenado a gobernar? La democracia cristiana en el sistema político italiano*. Barcelona: Università degli Studi di Firenze, 24 p.
- Caciagli, M. (1996). Clientelismo, corrupción y criminalidad organizada: evidencias empíricas y propuestas. Madrid: *Centro de Estudios Constitucionales, Cuadernos y Debates*, (60).
- Cazorla J. (1994). Del clientelismo tradicional al clientelismo de partido: evolución y características. *Universidad de Granada. Working Paper. Barcelona, Institut de Ciències Polítiques i Socials* (55).

- Combes, H. (2011). ¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo? *Desacatos* (36), Centro Nacional de Investigación Científica, Centre d'Etudes et de Recherches Internationales, p. 13-32.
- Corzo, S. (2002). El clientelismo político como intercambio. *Institut de Ciències Polítiques i Socials* (206), p. 11.
- Dávila, A. (1999). Clientelismo, intermediación y representación política en Colombia: ¿Qué ha pasado en los noventa? *Estudios Políticos*, (15). Universidad de Antioquia, p. 61-78.
- Dávila, A. (2002). La metamorfosis del sistema político colombiano: ¿Clientelismo de mercado o nueva forma de intermediación? *Degradación o Cambio. Evolución del sistema político colombiano*. Bogotá: Editorial Norma, p. 319-356.
- Deas, M. (1993). Algunas notas sobre la historia del caciquismo en Colombia. En: Malcolm Deas. *Del poder y la gramática. Y otros ensayos sobre historia política y literatura colombianas*. Bogotá: Tercer Mundo, p. 207-231.
- Díaz De Salas, S., Mendoza, V. & Porras, C. (S.F.). Una guía para la elaboración de estudios de caso. *Razón y Palabra*. Disponible en www.razonypalabra.org.mx
- Duque, J. (2006). Partidos divididos, dirigencia fragmentada. Los partidos Liberal y Conservador colombianos 1974-2006. *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*, (41). Universidad Nacional Autónoma de México, p. 173-209.
- Echeverri, L. M., & Arenas, J. (2007). Estructura y enraizamiento del liberalismo: un estudio de caso. *Estudios Políticos*, (31). Universidad de Antioquia, p.111-140.
- Escalante, F. (1995). Clientelismo y ciudadanía en México: Apuntes sobre conceptualización de las formas de acción política. *Análisis Político*, (26). Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Colombia, p. 39-50.
- Gaitán, P. & Moreno, C. (1992). *Poder local, realidad y utopía de la descentralización en Colombia*. Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales (Primera ed.). Universidad Nacional. Bogotá: Tercer Mundo, p. 62-63.
- Galeano, M. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT, p. 13-55.
- Galeano, M. (2012). *Estrategias de investigación social cualitativa. El giro en la mirada*. Medellín: La Carreta, p. 73-76.
- García, R. (2003). El mercado político y la lógica de la clientela. *Revista Foro* (23). Bogotá: Foro Nacional por Colombia, p.17.
- García, M. (2003). *¿Ciudadanía avergonzada?: Democracia local y construcción de ciudadanía en Bogotá*. Bogotá: Uniandes, CESO.
- Giraldo, F. y Muñoz, P. (2014). *Partidos políticos en Colombia. Evolución y prospectiva*, Bogotá: Fundación Konrad Adenauer, 416 p.
- Gómez, G. (2008) La corrupción, aspectos éticos, económicos, políticos y jurídicos. *Dikaion*, 22, (17). Universidad de La Sabana, p. 329-333.

- González, F. (2011) ¿A qué partidos se llevó el viento en Colombia? *Colombia Controversia CINEP*, 16, (196), p.123.
- Gutiérrez F. (S.F.) Gobernabilidad, cultura política y democracia participativa. *Cientelismo, política y participación*.
- Gutiérrez, F. (1998). *La ciudad representada: política y conflicto en Bogotá*. (Primera ed.). Santa Fé de Bogotá: Tercer Mundo, p. 55-120.
- Gutiérrez, F. (2002). Fragmentación electoral y política tradicional en Colombia: Piezas para un rompecabezas en muchas dimensiones. *Perfiles Latinoamericanos*, 10, (20). México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, p. 53-72.
- Gutiérrez, F. (2007). *¿Lo que el viento se llevó? Los partidos políticos y la democracia en Colombia. 1958-2006*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Henao, D. (1998). *Comunicación y redes sociales*. Bogotá: Facultad de Ciencias Sociales, UNAD (Universidad Nacional Abierta y a Distancia).
- Huerta, J. (2005). *Guía para los estudios de caso como técnica de evaluación o investigación*. Disponible en http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Est_Casos_doc.pdf
- INER. (1990). *Rionegro, Colección de Estudios de Localidades*, 110 p.
- Instituto de Estudios Políticos e Instituto de Gobierno y Políticas Públicas. Elecciones Locales y Regionales 2011: Cambios normativos, ajustes partidistas y transformaciones de la élite política. *Apuntes de Gobierno*, (5). Medellín: Universidad de Antioquia, p. 91.
- Katz, R. y Mair, P. (2004). Transformaciones de los modelos de partidos y de la democracia de partidos. *Zona Abierta*, (108-109), p. 9-42.
- Leal, F. & Dávila, A. (1990). *Cientelismo. El sistema político y su expresión regional*, Bogotá: Tercer Mundo, p. 35-101.
- Leal, F. (1989). El sistema político del clientelismo. *Análisis Político*, (8). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, IEPRI, Tercer Mundo, p. 8-32.
- República de Colombia (1994). Ley 130 de 1994: http://www3.terra.com.co/eleccion_2007/articulo/html/vbe206.htm
- República de Colombia (20003). Acto Legislativo N°01 de 2003.
- Lomnitz, Larissa (1994). *Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana*. México: Flacso, p. 37.
- Lynch, J. (1999). Bolívar y los caudillos. En: Germán Rodrigo Mejía et. al (coordinadores). *Colombia en el siglo XIX*. Bogotá: Planeta, p. 145-187.
- Martínez, J. (2011). *La Educación en 200 años de Construcción de Ciudad*. Rionegro: Tomo I y II.
- Municipios Asociados del Altiplano del Oriente Antioqueño (MASORA). (2011). *Plan de Ordenamiento Territorial, Rionegro. Presentación del Plan de Ordenamiento Territorial a consideración del Concejo Municipal para su adopción*, p. 116

- Moreno, D. (2002). *El sistema político del clientelismo en Popayán, 1930-1940*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Municipio de Rionegro. (2012). Disponible en Alcaldía de Rionegro: <http://www.rionegro.gov.co/datos-del-Municipio-de-Rionegro>
- Muñoz, Paula. (2014). en proceso de publicación, Lima: Jurado Nacional de Elecciones/Instituto de Estudios Peruanos (Síntesis de ideas desarrolladas).
- O'Donnell, G. (1996). Otra institucionalización. *Ágora. Cuadernos de Estudios Políticos, Política y Gobierno, III (5)*. Buenos Aires, p. 219-244.
- Ochoa, D. & Restrepo, D. (1999). El estado del arte de la descentralización política y de la oferta pública en participación ciudadana y comunitaria: Banco de la República. Disponible en Banrepcultural: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/geografia/descentr/05.htm>
- Oñate, P. (2008). Rafael del Águila. *Manual de Ciencia Política*. España: Trotta, p. 251-268.
- Pérez, N. (2009). *El sistema de partidos colombianos hoy la pervivencia y persistencia de la personalización política*. Salamanca: Universidad de Salamanca, Instituto Iberoamericano.
- Pinzón de Lewis, P. (1989). *Pueblos, regiones y partidos, atlas electoral colombiano: regionalización electoral*. Bogotá: Unidades.
- Pizarro, E. (2001). *Colombia ¿renovación o colapso del sistema de partidos?. Colombia ante los retos del siglo XXI*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Quintero, D. (2011). *Marco Fiscal de Mediano Plazo*. Rionegro: Alcaldía de Rionegro.
- Ramírez Martínez, E. (2010). *La Participación electoral*. Disponible en El Mundo: <http://www.elmundo.com/portal/pagina.general.impression.php?idx=152993>.
- Registraduría Delegada en lo Electoral. (2007). *Recopilación Normativa Electoral*. Disponible en: Notinet-kegis-www.Mingobierno.gov.co/Avance/Jurídico/Archivos/RNEC/CNE
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (2011). Disponible en <http://w3.registraduria.gov.co/escrutinio/resultados>.
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (S.F.). Disponible en: <http://www.registraduria.gov.co/-Preguntas-frecuentes,275-.html#alcaldes>
- Rodríguez, J. & Botero, F. (2004). Elecciones Legislativas y Reforma Electoral en Colombia. *Revista de Ciencia Política, 26, (1)*, p. 138-151.
- Rodríguez, Josep. (2005). *Análisis estructural y de redes, cuadernos metodológicos (16)*. Centro de investigaciones sociológicas. Información complementaria al cuaderno metodológico disponible en www.cis.es en la página principal de publicaciones, 2ª edición: Madrid, 107 p.
- Rubio, R. (2003). *No hay paraísos sino los perdidos: Historia de una red clientelista en Bogotá*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 157 p.

- Salmerón, F. (2002). Modernidad y prácticas políticas: democracia, eslabonamientos y mediaciones en la sociedad civil. *Revista Mexicana de Sociología*, 64, (1), p. 31-65.
- Schröter, B. (2010). Clientelismo político: ¿existe el fantasma y cómo se viste? *Revista Mexicana de Sociología*, (72), p. 141-175.
- Stokes, S. (2007). Clientelismo político. *The Oxford Hand Book of Comparative Politic*, cap. 25, p. 604-627.
- Tobón, A. & Bernal, T. (1999). *El proceso de legitimación en las elecciones populares de alcalde 1988-1997* (Tesis, Especialización en Gobierno y Cultura Política). Medellín: Universidad de Antioquia.
- Zambrano, F. (1992). Gamonalismo y caciquismo: formas de intermediación entre la realidad y la ficción política. *Análisis. Conflicto social y violencia en Colombia*, (65). Bogotá: Cinep.



Teléfono: (574) 219 53 30. Telefax: (574) 219 50 13
Correo electrónico: imprenta@udea.edu.co