

CASAS POLITICAS Y REDES CLIENTELARES EN CARTAGENA

Autora:

Maristella Madero Jirado

Código: 696581

Magister en Estudios Políticos

Director de tesis:

Carlos Mario Perea Restrepo

**Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales
Facultad de Economía
Universidad Nacional de Colombia
Bogotá D.C., 2010**

TABLA DE CONTENIDO



<u>INTRODUCCIÓN</u>	2
<u>CAPÍTULO I. EL CLIENTELISMO. UNA REVISIÓN CONCEPTUAL</u>	8
1. <u>Redes sociales y clientelismo político</u>	9
2. <u>El clientelismo político como parte de la cultura política</u>	11
3. <u>El clientelismo político como institución informal</u>	13
4. <u>El clientelismo político evoluciona y se adapta</u>	16
5. <u>Otros modos de abordar el clientelismo político</u>	18
<u>CAPÍTULO II. CASAS POLÍTICAS Y CLIENTELAS EN BOLIVAR</u>	24
1. <u>La casas políticas en Cartagena</u>	25
2. <u>La casa Faciolince</u>	28
3. <u>La casa García</u>	30
<u>3.a. Tabaco y conflicto en El Carmen</u>	32
<u>3.b. Clientelismo en El Carmen</u>	38
<u>CAPITULO III. LOS PATRONES. DEL CAMPO A LA CIUDAD</u>	47
1. <u>Del campo a la ciudad</u>	50
2. <u>¿Quién es el patrón?</u>	55
<u>CAPITULO IV. LOS INTERMEDIARIOS</u>	64
1. <u>¿Quiénes son los intermediarios?</u>	64
<u>1. a. Regando la matica. Sobre cómo sostener una relación clientelar</u>	65
<u>1.b. De la lealtad. Deberle la vida al grupo</u>	68
<u>1.c. Controlar recursos críticos y plantear reglas tácticas</u>	71
<u>1.d. La clave es el control</u>	76
<u>CAPITULO V. LOS CLIENTES. CLIENTELISMO EN EL BARRIO</u>	83
1. <u>El barrio en la ciudad</u>	84
2. <u>De campesinos a ciudadanos</u>	88
3. <u>Con los políticos llegan los servicios</u>	92
4. <u>Cuando las obras públicas llegan</u>	93
<u>CONCLUSIONES GENERALES</u>	102
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	116
<u>ANEXOS</u>	113

INTRODUCCIÓN

“Si yo tengo la tendencia a situar casi todos mis argumentos en Cartagena, o en sus vecindades, es porque, por mucho que viva en otra parte, siempre conoceré mejor a Cartagena... Incluso los personajes de mi novela El magnicidio, que ocurre en un país imaginario, terminan comiendo tortas de casabe...Soy un cartagenero irremediable” (Entrevista a Germán Espinosa por Roberto Montes Mathieu. El Heraldo, Barranquilla, octubre de 1981.)

En el contexto de la ciudad que se planea estudiar mucho se ha dicho sobre clientelismo, identificándolo en la mayoría de los casos con corrupción. En el fondo, la dificultad por diferenciar los conceptos supone la evidencia de una filiación entre corrupción y clientelismo. En este estudio no nos referiremos a la corrupción propiamente, aunque a veces implícitamente se haga referencia a ella, sino al clientelismo político como forma de hacer o practicar la política en las comunidades y como un vínculo capaz de llenar de contenido redes sociales en el barrio.

Aún con esta aclaración no ha de olvidarse la delgada línea que separa los dos conceptos. Si corrupción es la utilización indebida de los recursos públicos, el clientelismo político se refiere a la relación asimétrica de lealtades, a veces difusa, donde existe un intercambio de recursos a cambio de favores electorales. En este sentido, son las relaciones de lealtad lo que claramente diferencia al clientelismo de la corrupción, así como el tipo de reproche social que ambos generan, pues aunque las prácticas clientelares no son abiertamente aceptadas, al interior de los grupos sociales donde existe es admitido y, en la mayoría de los casos, justificado. Se puede decir entonces que la corrupción está determinada por un criterio de ilegalidad, mientras que la relación clientelar por un criterio de inmoralidad.

Además, puede considerarse a la corrupción como una fuente de recursos para readaptar y sostener las redes clientelares, según podría entenderse del trabajo de Maíz. Para este autor *“diversos elementos constitutivos del intercambio clientelar, y especialmente de la estructura de incentivos que enfrentan los actores, en contextos y coyunturas específicos, generan una potencial facilidad para solaparse, como mecanismo de auto-refuerzo, con modalidades varias de corrupción, lo que configura una posible vía para la readaptación y pervivencia de las redes clientelares”*¹. Ese solapamiento está determinado por aspectos del sistema político, que a juicio de Scott, *“la mayoría de los estudios han delimitado a la débil legitimidad del sistema político formal, a la debilidad del control social y a la falta de compromiso con las leyes que rigen la función pública”*².

El clientelismo político se da en medio de relaciones sociales de diverso tipo en redes de transmisión e intercambio de recursos, que en algunos casos es ilegal cuando existe una utilización indebida de recursos públicos, o cuando estos intercambios se dan entre personas que regularmente estarían inhabilitadas para hacerlo. Pero estas redes existen en muchos ámbitos sociales y no todas devienen en relaciones de corrupción. Las que se manifiestan en la esfera política, que son las que interesan en este estudio, se sostienen a partir de intercambios recíprocos que existen entre sus miembros y pueden sustentarse en vínculos de amistad, de parentesco, de lealtad, de obediencia o de poder. Se superponen unas a otras en el barrio y se conjugan dentro de una forma institucionalizada de prácticas políticas, tal como se mostrará en el caso de estudio. Este tipo de intercambios cuando se circunscriben a lo político, y especialmente a lo político-electoral, se entienden dentro lo que se ha denominado relaciones clientelares.

Sobre el punto de partida

Una afirmación que guiará este trabajo entiende el clientelismo como un *vínculo* político por excelencia cuando ha sido parte de la construcción simbólica de una sociedad, constituyéndose en parte de la cultura política y cuya manifestación

¹ Maíz, Ramon. Jama, caleta y camello: la corrupción como mecanismo de autoreforzamiento del clientelismo político. En Revista mexicana de sociología. Año 65. Num 1. Enero- marzo de 2003.

² Scott, James. Corruption machine politic political change. American Political Science Review. Vol. 63. No. 4. 1969

ocurre al interior de las redes de apoyo de amigos, familiares y vecinos. Estas redes son mediadas por los llamados “líderes” comunales, quienes las sostienen en el barrio. Especialmente en contextos de pobreza, diría Auyero, “el clientelismo opera como red de apoyo para conseguir bienes inmediatos y son los intermediarios el puente que lo hace posible”³.

El lugar de observación de esta investigación es la ciudad de Cartagena, ubicada en el Caribe Colombiano. En sus barrios se podrían identificar estas redes de intercambio manifestadas regularmente a partir de redes políticas clientelares y que se soportan sobre unas formas institucionalizadas de entender y hacer la política.

Así, nos concentraremos en revisar, a partir de dos variables fundamentales, el concepto de clientelismo político. La primera, en cuanto es una *relación asimétrica* entre varios agentes donde existe un intercambio de recursos a cambio de favores electorales, y se soporta en el tiempo, a través de lealtades personales y relaciones de confianza que sostiene el intermediario, esencialmente. La segunda, como una relación que se estructura como un tipo de *red social* en que la posición de los individuos que la conforman le permite establecer vínculos personales capaces de tramitar intereses individuales, familiares o de grupo; y de recursos que no serían posibles por fuera de la red. En este sentido, existen redes clientelares que se superponen a las redes sociales a partir de unas necesidades concretas en el barrio.

Dos conceptos complementarios apoyarán el análisis. De un lado, partiremos de que el clientelismo hace parte de una *cultura política*, entendida ésta como el conjunto de usos y costumbres aprehendidas y aceptadas en la forma de relación de las personas con lo político. Se considera con López de la Roche, que “*ciertas actitudes y prácticas hacia la política encuentran similitud en modelos sociales determinadas por el modelo de colonización, el bipartidismo y la Iglesia, de las cuales quedaron rezagos como el paternalismo, el amiguismo y el favoritismo que*

³ Auyero, Javier. La política de los pobres. Edic. Manantial. Buenos Aires, 2001.

luego se han traducido en prácticas clientelares a nivel político⁴. En el caso de Cartagena, patrones culturales dentro de lo que el mismo autor llama *“las distintas tradiciones político-culturales”* ayudarán a explicar la permanencia y persistencia de estas prácticas.

Por ejemplo, el clientelismo político tal como existe hoy, podría decirse, tiene la misma estructura de lealtades de mediados del siglo cuando existía el Frente Nacional. Este, en ese entonces se presentaba como una estructura de transmisión de lealtades y solidaridades políticas traducidas especialmente en favores de tipo burocrático, lo cual permitía que desde el centro hacia las regiones colombianas se generara una dinámica de transmisión de solidaridades constituidas por redes que se sustentaban en la reciprocidad de favores y se reforzaban a través de estas formas socialmente aprehendidas como el clientelismo.

Incluso, si remontamos al análisis a las prácticas políticas y comerciales en la Colonia y la República, podríamos extraer patrones de comportamiento asimilables a las prácticas actuales basadas en la lealtad y el intercambio de favores. Afirmando con ello que existen unos patrones históricos y un cúmulo de experiencias que pudieron haber influido en el moldeamiento de una cultura política proclive al clientelismo político. Estas experiencias se establecen como *instituciones informales* construidas a partir de reglas y comportamientos generalmente aceptados.

Sobre el plan de trabajo

Las afirmaciones planteadas y algunas otras de tipo más contextual, articularán esta investigación. En el primer capítulo debemos partir necesariamente de la premisa de que Colombia es un país con regiones muy diversas y construcciones históricas variables, donde cobran vigencia preguntas en torno a las realidades regionales, como las siguientes: ¿Qué ha pasado con el clientelismo en las regiones?

⁴ Lopez De la Roche, Fabio. Tradiciones de cultura política en el Siglo XX. En Modernidad y sociedad política en Colombia. Iepri- Fescol. Bogotá, 1993.

Si ha permanecido, ¿qué es lo que varía y que es lo que permanece del clientelismo? ¿Hace parte el clientelismo político de una construcción cultural específica? Con este trabajo se intentará sugerir algunas respuestas a tales preguntas, que por sí solas ameritarían un trabajo independiente.

Con base en lo dicho, este trabajo acoge que la permanencia del clientelismo en tanto *institución informal* inserta en la *cultura política* cartagenera, se transmite y se reinventa a través de redes en el barrio. Y que ésta reinvenición es determinada por *instituciones formales* como las reformas políticas que han generado antes que su debilitamiento, nuevas versiones del mismo, con variación tan sólo en los bienes de intercambio.

El clientelismo como institución se revisará a partir de un caso concreto de red clientelar en Cartagena, en la cual existe un tránsito entre lo rural y lo urbano que da cuenta de la evolución de los bienes de intercambio y su adaptación a los retos institucionales, donde los intercambios se adaptan a la escasez de recursos. Ejemplo de ello son los nuevos bienes que se utilizan como los subsidios en salud (SISBEN) a través de las cooperativas del régimen subsidiado (ARS) o la compra directa de votos a cambio de dinero, de mercados o artículos de primera necesidad.

Con todo, este trabajo describirá como el clientelismo político se renueva y se adapta constantemente a los recursos escasos, sin abandonar los canales tradicionales: el amiguismo y la recomendación; aunque cada vez más se aparte de sus características primigenias para convertirse en una escueta transacción de mercado.

El trabajo desarrollará en una primera parte una revisión conceptual del clientelismo político en el contexto de la cultura política y las instituciones. Luego se revisará como operan en la práctica las redes clientelares. Se mirará el clientelismo político desde adentro, a través de un grupo político y su red articulada por intermediarios; y desde afuera, desde el barrio y sus habitantes, los clientes. El caso de la Casa Política de “Los García” ayudará a entender cómo se construye el clientelismo desde arriba, desde una elite política y cómo el entorno socioeconómico facilita el sistema.

Este primer caso mostrará cómo ésta casa política se articula a través de una red familiar fortalecida por diferentes patrones y muchos intermediarios, permitiéndose permanecer como elite de poder en la ciudad de Cartagena y el departamento de Bolívar. En este capítulo se muestra la racionalidad política de la red frente a sus intermediarios y de éstos con los electores. Se optó por el estudio de un grupo político como el grupo de “Los García”, por ser la única casa política con la suficiente vigencia actualmente como para ser estudiada en los límites temporales de este trabajo. Hoy en día poseen una senadora perteneciente a la familia y una amplia red política en Cartagena.

El otro caso, es el barrio El Pozón en la ciudad de Cartagena, Colombia, lugar levantado a través de redes de apoyo, con esfuerzo y acción colectiva, con astucia y negociación política. Allí el clientelismo político sirvió para lograr algunos recursos que no llegaron desde el Estado. En el barrio veremos cómo operan los intermediarios, cómo son ellos el vínculo real entre la comunidad y el Estado, utilizando esencialmente a los patrones como instrumentos para lograr bienes inmediatos para la comunidad. Este caso también permitirá observar cómo se construye el clientelismo desde abajo y cómo es posible que las demandas comunitarias se conviertan en demandas políticas.

Este trabajo se sustenta principalmente en diez entrevistas en profundidad a líderes del grupo político de los García que soportan el Capítulo II. En el capítulo III, IV y V se realizaron entrevistas en profundidad a líderes del barrio El Pozón y líderes comunales de la ciudad de Cartagena.

Este estudio entonces, pretende dejar abierto el debate acerca de la vigencia del clientelismo político en las prácticas políticas actuales y en la permanencia y reinención de las elites gobernantes. También nos ubica en la realidad de la región Caribe y de manera específica en la ciudad de Cartagena, con dos casos que permitirán observar que el clientelismo político como relación social y como institución informal, operando dentro de una cultura política determinada históricamente y que se reinventa y se transmite a través de las redes que existen en el barrio.

CAPÍTULO I. EL CLIENTELISMO. UNA REVISIÓN CONCEPTUAL

“Para mí la política en Cartagena se hace con votos amarrados, la política en asistencialista. No hay un proyecto de gobierno, el gobierno es clientelista”, se habla de “que me va a dar usted por el apoyo” (líder del barrio El Pozón)

El clientelismo se constituye en soporte del vínculo político cuando ha sido parte de la construcción simbólica de una comunidad, cuando ha sido tradicionalmente parte de la cultura política. En este sentido, entender un aspecto concreto del vínculo social: cómo se comportan los individuos de un grupo determinado en relación con lo político, nos guía hacia dos maneras fundamentales y complementarias de abordarlo. La primera, pensar el clientelismo en clave de *red social* por cuanto en ellas se ejerce y tramita lo político. La segunda: pensarlo como *institución informal* que existe dentro de un conjunto de símbolos, significados, reglas y ritos históricamente construidos, dentro de la *cultura política*.

1. Redes sociales y clientelismo político

El clientelismo político lo define Flynn como *“una relación más o menos personalizada entre actores o conjunto de actores con desigual bienestar, estatus o influencia, basado en lealtades condicionales y cuyas transacciones son mutuamente beneficiosos para las partes”*⁵. En este sentido, el clientelismo es

⁵ Flynn, Peter. Class, clientelism and coercion: some mechanisms of internal dependency and control. En Journal of commonwealth and comparative politics. No. 12. 1974. Pág. 134.

esencialmente una relación social con unas características específicas, que se desarrollan al interior de redes sociales, definidas como un “*conjunto bien delimitado de actores –individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales.*”⁶ Esto supone pensar la sociedad en términos de relaciones que dan cuerpo y forma a la estructura social.

La definición de Flynn releva varias características del clientelismo: 1. Una relación más o menos personalizada; 2. Entre actores con desigual bienestar, estatus o influencia; 3. Con lealtades condicionales; y 4. Beneficios mutuos para las partes.

La primera característica acerca a las redes clientelares al tipo específico de red social con fines esencialmente electorales, en tanto las redes se configuran a través de vínculos personalizados. Para Lozares⁷ una red es un “*conjunto bien definido de actores-individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- que están vinculados unos a otros a través de una o un conjunto de relaciones sociales*”. Se entiende que estas relaciones sociales que se dan entre dos o más individuos generan una serie de intercambios mutuamente beneficiosos y tienen una permanencia en el tiempo en las que podrían configurarse o no relaciones clientelares.

La segunda característica diferencia los dos conceptos en cuanto en una relación clientelar siempre hay intercambios asimétricos y en ese sentido, jerarquizados; mientras que en redes de otro tipo, las relaciones pueden ser más horizontales. En la relación clientelar existe un patrón y un cliente; eventualmente un intermediario que hace de puente, quien permite o no, que la información y los recursos fluyan.

La tercera característica se refiere a una lealtad que condiciona el tipo y permanencia del recurso que se intercambia. Esta lealtad es la que propicia la relación de largo plazo, es capaz de sostener la relación.

⁶ Lozares Colinas, Carlos. “La teoría de las redes sociales”. En *Papers*. Barcelona. N° 48. 1996. Universidad Autónoma de Barcelona. Pág. 103-126.

⁷ Lozares, Op cit.

La última característica es estructural para la red clientelar pues es la que condiciona la permanencia del intercambio y garantiza el fin electoral. Al respecto dice Couddanes “*pertenecer a una red proporciona una serie de bienes y servicios, que en algún momento se tendrá que devolver si se quiere seguir perteneciendo.*”⁸ No obstante, se insiste, los intercambios de recursos existen en cualquier red, pero no el fin electoral.

Estas relaciones estructuradas a través de redes se sostienen sobre acuerdos y normas de conducta aprehendidas al interior de la red. Pero ¿por qué habrían de aceptarse como normas, acuerdos sobre cómo y qué intercambiar? En este sentido, Couddanes afirma que “*la lucha por los recursos en una estructura explicaría la aceptación de ciertas normas, cuando el sujeto sabe que está sometido a la presión de los demás implicados en la construcción social de esa red, y éstas serían un efecto y no una causa. Son los bienes y servicios a los que se accede los que incentivan a los individuos a seguir o no en la red, por lo tanto, este acceso es el que se regula a través del sistema de reglas informales*”⁹. En ese sentido, el intercambio de los recursos y las relaciones jerárquicas se configuran en torno a esos acuerdos, determinando el tipo de red social, por eso, cuando el intercambio de recursos tiene un fin político-electoral, la red social es clientelar.

2. El clientelismo hace parte de la cultura política

En las redes clientelares existen modos internamente aceptados de tramitar lo político, basados en acuerdos, lo que permite que la red permanezca en el tiempo. Estos acuerdos implícitos al interior de redes sociales determinan el sistema simbólico del grupo social en el que existe. La afirmación anterior hace parte de la definición de cultura política propuesta por Lomnitz, al tratar el concepto desde: 1.

⁸Couddanes, Mariela. Pasado, prestigio y relaciones familiares. Elite e historiadores en Santa Fe, Argentina. En REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales. Vol.13,#3, Diciembre 2007. <http://revista-redes.rediris.es>. Pág. 8.

⁹ Couddanes. Ibíd.

La estructura de las redes sociales que tienen relación con el poder; y 2. El sistema simbólico que la legitima¹⁰.

Según Lomnitz, este enfoque supone que existen estructuras de redes sociales que articuladas conforman el tejido social, se nutren de intercambios simétricos y asimétricos; y el predominio de unas sobre otras y su combinación, le dan el carácter a la cultura política haciéndola autoritaria o igualitaria. Además, entiende que los intercambios al interior de estas redes, tanto simétricos como asimétricos, dependen del tipo de relaciones construidas históricamente en la sociedad dentro de la que existen estas redes sociales. Así, entre más horizontales sean las relaciones sociales más simétricos serían dichos intercambios y en vía contraria, cuanto más verticales sean las relaciones, el tipo de intercambio es más asimétrico y jerarquizado.

En el caso de las relaciones verticales, propias del clientelismo, es necesario entender el sustrato histórico que lo hace potente. El análisis podría iniciarse desde las relaciones construidas desde el inicio de la Colonia con instituciones económicas con patrones culturales de tipo autoritario y jerárquico como la encomienda y luego la hacienda. Según Guillén, *“estas instituciones formales generaron una estructura social y política en la que operaban mecanismos de solidaridad jerarquizada a través de la cual se definían los canales de ascenso y movilidad social”*¹¹. En esta estructura social el cacique que actuaba como intermediario entre el encomendero y la población indígena tenía ciertos privilegios que se mantuvieron en el tiempo.

En el marco de esas instituciones económicas, el poder político, económico y social se adquiriría por herencia o por concesiones, no por méritos, lo cual generaba una tensión constante entre una búsqueda de status a través de patrones de comportamiento autoritarios. En esta línea, López De la Roche sugiere también que períodos políticos como “La Regeneración”, durante la hegemonía conservadora,

¹⁰ Lomnitz, Larissa. Identidad nacional/cultura política: los casos de Chile y México. En Redes Sociales, Cultura y Poder. Ensayos de antropología latinoamericana. Flacso, 2001.

¹¹ Guillén, Fernando. El poder político en Colombia. Editorial Planeta. 1996.

contuvieron mucho de este autoritarismo heredado, que luego nutrió ciertos patrones culturales durante el Frente Nacional¹². Estas características que moldean la historia política de Colombia se encuentran presentes en muchas de las historias locales de construcción de poder.

En este sentido, según Lomnitz, el tipo de intercambio que ocurre en redes sociales verticales u horizontales son los que definen como se articula una red social. En el caso que nos ocupa relevaremos cómo relaciones sociales de tipo vertical se reconfiguraron en redes políticas basadas en lealtades condicionadas al intercambio de recursos de diversa naturaleza. Desde este punto de vista, la cultura política puede ser determinada por instituciones tanto económicas como sociales formales, pero también por el tipo de relaciones verticales u horizontales que de ellas se produzcan.

3. El Clientelismo es una institución informal

Otra forma de abordar el clientelismo es considerarlo como parte del sistema institucional informal. Este abordaje inicia con los estudios de North y O'Donell, quienes dieron cuenta del “otro tipo de institucionalización” dentro de las jóvenes democracias latinoamericanas, en las cuales existen “instituciones informales” como *“pautas regularizadas de interacción que son conocidas, practicadas y regularmente aceptadas”*¹³. Gretchen y Levitsky las definen como *“reglas socialmente compartidas, usualmente no escritas, que son creadas, comunicadas y reforzadas por fuera de los canales oficialmente sancionados”*¹⁴. Ellos revisan, a partir de autores como Linz y Valenzuela, cómo las reglas informales tienen un poderoso y sistemático efecto en los resultados institucionales de la democracia.

¹² Lopez De la Roche, Fabio. Tradiciones de cultura política en el Siglo XX en Modernidad y sociedad política en Colombia. Iepri- Fescol. Bogotá, 1993.

¹³ O'Donell, Guillermo. Otra institucionalización. En política y Gobierno. Vol. III. No. 2. 1996. Pág. 10.

¹⁴ Gretchen, H y Levitsky, S. Ed. Informal Institutions and democracy: lesson from Latin América. The Johns Hopkins University Press. 2006. Pág. 5.

Según North, son las instituciones las que dan forma, condicionan y ponen los límites a la conducta humana¹⁵. Son las instituciones las que regulan y dan certidumbre a los intercambios. Así, las reglas aprehendidas al interior de la red clientelar ayudan a tramitar y a poner límites a las preferencias de los actores que participan en la relación, a través de prohibiciones y reglas de conducta que fijarían su estructura de incentivos.

A diferencia de las formales, las reglas o instituciones informales no tienen claramente determinados el objeto y las obligaciones entre las partes que la obedecen, pues no son necesariamente explícitas, por lo cual, los individuos de la relación no están del todo seguros del cumplimiento de las promesas de intercambio. En términos tanto de instituciones formales como informales, ambas son reglas que permiten que exista orden y criterios de conducta aceptados por el grupo social.

Las instituciones informales y las formales se diferencian en que éstas, como afirma North, “... *pueden cambiar de la noche a la mañana como resultado de decisiones políticas o judiciales, las limitaciones informales encajadas en costumbres, tradiciones y códigos de conducta son mucho más resistentes o impenetrables a las políticas deliberadas*”¹⁶. Desde este razonamiento podría explicarse la dificultad en la modificación de este tipo de reglas a pesar de los esfuerzos por hacer un cambio normativo para acabar con las prácticas clientelistas.

Por su parte, al interior de cada red se establece un orden, a partir de acuerdos implícitos sobre las conductas que han de seguirse para continuar perteneciendo a ella, lo cual supone que en la medida en estos acuerdos ganan legitimidad al ser repetidos constantemente, tal como las normas jurídicas tienen fuente en la costumbre, crean todo un engranaje simbólico en relación con los otros miembros

¹⁵ North, Douglas, *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, México, Fondo de Cultura Económica, 2001.

¹⁶ North. *Ibid.* Pág 17.

de la red. Este tipo de reglas se van haciendo más resistente con el paso del tiempo y se insertan en la cultura política.

Este doble abordaje del clientelismo como institución informal y como parte del sistema simbólico que conforma la cultura política, permite considerar las razones por las cuales el clientelismo es capaz de convertirse en un modo particular de entender lo político. Así mismo, cómo el peso de la costumbre convierte en prácticas socialmente aceptadas aquellas con tintes patrimonialista, cerradas y excluyentes, comportamientos que a la luz de los valores democráticos serían socialmente rechazados. Estas prácticas políticas inveteradas y aceptadas con el tiempo contribuyen a variar los valores en torno a lo político y muchas de estas características y prácticas políticas, terminan reflejándose en los “liderazgos” políticos.

Al respecto Lariza Pizano hace un análisis cercano, en relación con el papel de las instituciones informales de la colonia que derivaron en figuras no democráticas como el cacique y el caudillo. Considera que en el proceso independentista de nuestras naciones no se logró romper con instituciones informales basadas en prácticas no democráticas en estructuras de organización colectiva como la encomienda y la hacienda. El modo como el control político a partir de estas estructuras se desarrolló, determinó cómo se establecieron los acuerdos informales centro-periferia ó centro-regiones para conservar la autonomía necesaria en el ámbito territorial. Estas formas autoritarias locales de reproducir el poder dieron paso a la figura del *cacique* y luego del *caudillo*, quienes eran capaces de mantener el orden, los recursos y la soberanía en las regiones¹⁷.

En esa línea, afirma Putnam que en sociedades con un “*ethos político particularista florece el clientelismo y se debilita el desarrollo de una sociedad civil autónoma*”¹⁸. Se inserta entonces el clientelismo como un modo particular y regular de hacer la política dentro de nuestro sistema simbólico, justamente la

¹⁷ Pizano, Lariza. Caudillismo y clientelismo. Expresiones de una misma lógica. El fracaso del modelo liberal. En Latinoamérica. Revista de Estudios Sociales No. 9. Junio de 2001. Pág 74-82.

¹⁸ Putnam, Robert. Making democracy works. Princeton University Press. 1992.

segunda característica mencionada por Lomnitz. De esta forma, se afirma que *el clientelismo es una institución informal compuesta por reglas, ritos y costumbres que hacen parte del sistema simbólico de una determinada cultura política.*

Para reafirmar, autores como Svetozar citado en Gretchem y Levitsky consideran que las instituciones informales son *“parte de la herencia de una comunidad que llamamos cultura”*¹⁹.

4. El clientelismo evoluciona y se adapta

Leal y Dávila describen la evolución de los tipos de clientelismo como *“una variación que va atada a ciertas características de la sociedad colombiana como el sistema político, el marco institucional y el desarrollo económico”*²⁰, lo cual podría sustentar, también, un abordaje del clientelismo como una institución informal.

El primer tipo de clientelismo que observan los autores es el tradicional. Lo entienden al interior de una sociedad agraria y sustentado en los recursos privados de las familias y hacendados políticos; con instituciones estatales debilitadas por la dinámica bipartidista y las disputas por causa del afianzado sectarismo anterior al Frente Nacional.

El tipo de clientelismo tradicional que se ha ubicado dentro de sociedades agrarias en un contexto bipartidista antes del Frente Nacional tiene un bien principal de intercambio: la tierra. La tierra desde el establecimiento de La Hacienda como estructura económica, se entendía no sólo desde su valor de uso, sino también como un incentivo sumado al salario que recibían los campesinos por trabajar para los hacendados y vender por anticipado su cosecha, esto generó relaciones de dependencia y agradecimiento que se tradujeron en lealtades políticas posteriores.

¹⁹ Gretchen, H y Levitsky, S. Ibid. Pág. 5.

²⁰ Leal y Dávila. La metamorfosis del sistema político colombiano ¿clientelismo de mercado o nueva forma de intermediación? en Degradación o cambio. Editorial Norma. 2002. Pág. 321.

Luego, en la República, se mantuvieron patrones de esta estructura económica asociados a un nuevo orden político en el que se configuraron liderazgos en torno a “jefes naturales”, que en las regiones les llamaron “gamonales”²¹. Desde entonces, están sentadas las bases del clientelismo tradicional donde *“existe una clara relación de dependencia debido a que la tierra y el trabajo son bienes necesarios para el campesino y al que tienen acceso restringido”*²². En este tipo de clientelismo, existe una relación “cara a cara” entre el patrón y el campesino-elector en el que se intercambia protección por lealtad, éste vínculo se sustenta en la confianza²³ de que se cumplirán los pactos.

El clientelismo tradicional luego evoluciona hacia un *Clientelismo moderno o de intermediarios* en el que aparece un tercero entre patrón y cliente. Esta otra forma de clientelismo ocurre con mayor fuerza durante el Frente Nacional, de acuerdo con los estudios de Leal y Dávila ya citados.

Estos estudios dan cuenta de las relaciones de lealtad que tenían como canal natural la pertenencia a uno de los dos partidos. La pertenencia al partido después del Frente Nacional dejó de ser central en la vida política del intermediario, al menos de las regiones. Los intermediarios llegaron a monopolizar el papel de agregar intereses logrando personalizar la política. Esta fragmentación de los partidos permanece durante los ochentas y se profundiza con la Constitución de 1991 al crearse las llamadas “microempresas electorales”.

Pero durante la vigencia del Frente también se da el tránsito hacia un tipo de sociedad moderna a través del avance institucional. Se crean nuevos modos de participación política como las Juntas de Acción Comunal, y poco a poco, se anda el camino de la descentralización política y administrativa. Mientras, las élites políticas partidistas siguen alimentando sus clientelas haciendo uso de las nuevas reglas formales en medio de un contexto social y económico sin cambios

²¹ Dávila, Andrés y Delgado, Natalia. La metamorfosis del sistema político colombiano en Degradación o cambio. Gutiérrez,F (comp) Ed. Norma. 2001. Pág. 319.

²² Leal Buitrago, Francisco y Dávila L, Andrés. Clientelismo. El sistema político y su expresión regional. Tercer mundo editores- IEPRI. 1990. Pág. 35. Ver también: Losada, Rodrigo. Clientelismo y elecciones. Tres modelos explicativos del comportamiento electoral colombiano. Pontificia Universidad Javeriana. 1984.

²³ Caciagli, Mario. Clientelismo, corrupción y criminalidad organizada. Centro de estudios constitucionales. Madrid. 1996. Pág.21.

estructurales, donde las relaciones de producción y la relación con la tierra siguen siendo esencialmente agraria en las regiones.

Autores como Dávila y Gutiérrez han considerado a la Constitución de 1991 como punto de quiebre del clientelismo moderno o de intermediarios. A partir de la Carta del 91 surge lo que ellos han llamado “clientelismo de mercado”²⁴. Este tipo de clientelismo supone una relación impersonal en la cual muchos intermediarios se convierten en patrones. La estructura clientelar empieza a desplegarse para dar cabida a muchos más intermediarios, quienes deciden a que patrón poner sus votos, sin importar la pertenencia a los partidos políticos.

A pesar de esta distinción podríamos decir que los intermediarios siempre han estado presentes en la relación clientelar, con un papel esencial como canales de comunicación con los patrones. La diferencia sustancial en el tipo de clientelismo surgido a partir del cambio institucional que trajo la Constitución de 1991 está en la libertad de elección que adquirieron los intermediarios ante la competencia electoral. Esto ha convertido la relación clientelar en trídica, esencialmente.

Sea la relación diádica o trídica, por lo menos estamos ante dos realidades diferentes, la de quien da y la de quien recibe. Estos dos universos relacionados dialogan también dentro de un entorno institucional que afecta la relación y determina su adaptación.

5. Otros modos de abordar el clientelismo

El concepto también se puede abordar desde varias perspectivas disciplinares. Así, desde una perspectiva politológica se ha mencionado la existencia de relaciones de tipo político con fines electorales en sociedades rurales y en entornos urbanos. Desde esta postura, se han explicado sistemas políticos como los latinoamericanos, los del sureste asiático y del mediterráneo, cuyas características de atraso y pre-

²⁴ Dávila y Delgado. Op cit.

modernidad pueden contrastar con estudios como los de Caciagli donde se muestra que el clientelismo está presente incluso en sociedades industrializadas como la italiana donde existen relaciones informales más o menos institucionalizadas en una cultura política²⁵.

Desde esta perspectiva, las relaciones clientelares, podríamos decir, son afectadas en mayor medida por el modo de concebir lo político que por el sistema económico o el estado de desarrollo de un país. Mientras que una perspectiva antropológica indagaría por modos de clientelismo surgidos en sociedades campesinas²⁶, donde los modos de producción generan relaciones de lealtad frente al patrón, sobre todo en sistemas económicos con rezagos feudales. En Latinoamérica estos estudios antropológicos vinculan una cierta perspectiva politológica al estudiar las solidaridades de tipo barrial con estrategias de apoyo electoral. Es el caso de estudio de Auyero en “las barriadas” de Buenos Aires donde revisa cómo los intercambios se inscriben en una forma de solidaridad asociada a los ritos del Partido Peronista y a estrategias de apoyo electoral²⁷.

Por otra parte y desde una visión más funcionalista, algunos estudios²⁸ demuestran que las estructuras campesinas envuelven relaciones de poder con contenido simbólico y expresiones de solidaridad bien definidas al interior de los grupos, que van más allá del intercambio de recursos escasos en relaciones de poder asimétricas. El clientelismo se expresa en entornos donde existe una necesidad manifiesta que permite ofrecer un servicio de quien está en la posibilidad de hacerlo. Con todo, se considera que el clientelismo se sostiene a través de una reciprocidad asimétrica donde una de las partes controla los recursos escasos que son fundamentales para el otro, máxime en contextos de pobreza.

Esta última visión le aporta al enfoque del estudio de caso que en este trabajo se aborda, considerando que la ciudad de Cartagena en Colombia es una subregión

²⁵ Caciagli, Mario. Op cit. Pág. 17

²⁶ Duarte, Jesús. Educación pública y Clientelismo en Colombia. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín. 2003.

²⁷ Auyero, Javier. La política de los pobres. Ed. Manantial. Buenos Aires. 1998.

²⁸ Lomnitz, Larissa. Cómo sobreviven los marginados. Siglo XXI: México. 1998

que presenta un desequilibrio importante en renta que se traduce en pobreza material. En este caso, cuando la estructura económica y las inequidades sociales y económicas derivadas de aquella existen es posible que persista el clientelismo²⁹, En ese sentido, dirían Einsenstand y Lemarchand que “*el proceso de modernización de las instituciones políticas y económicas y la democratización del poder llevaría a la superación de estas prácticas*”³⁰, entendiendo que el Estado sea garante del voto universal y los derechos políticos y económicos de los ciudadanos.

En otra línea de análisis, el clientelismo también podría considerarse como mediador de la identidad colectiva de las comunidades, de su construcción de lo público y lo político. En este sentido, Martz releva la importancia de poner atención a las condiciones históricas en que éste se desarrolla, pues tales condiciones “*definen el ethos de un pueblo y así mismo, la forma de asumir las relaciones políticas*”³¹. Este *ethos* determina, por ejemplo, la forma en que se asume la ciudadanía, logrando así que prácticas clientelistas y prácticas ciudadanas puedan co-existir.

Al respecto Escalante muestra que en el caso de México “*se puede ser ciudadano sin dejar de ser clientelista*” en tanto que “*la destrucción de las formas tradicionales de intermediación no supone que el vínculo con el Estado pueda ser inmediato*”³². Con lo cual se implica un proceso de evolución permanente en las formas de practicar la política sin que exista una oposición real entre clientelismo y ciudadanía, sino que ambas son creación de un tipo cultural de la democracia, ambas se desarrollarían al interior de redes y harían parte de las relaciones de tales redes con el Estado.

En sentido parecido Cristina Escobar abordó su análisis del clientelismo en Sucre, afirmando que *la movilización de la organización campesina y el clientelismo pudieron coexistir aún cuando el clientelismo le impuso límites a los derechos*

²⁹ Escobar Escobar, Cristina. Clientelismo y ciudadanía los límites de las reformas democráticas en el departamento de Sucre. Análisis político No.47. 2002. Pág. 24

³⁰ Eiseintand y Lemarchand.. Political clientelism, patronage and development (1981) citado en Landé. Political clientelism in political studies. En International political science review. Vol 4. 1983.

³¹ Martz, Jhon. The Politics of clientelism. Transaction Publishers. 1997. Pág. 306

³² Escalante, Fernando. Clientelismo y ciudadanía. Análisis Político No. 26. IEPRI- UNAL. 1995

*políticos que comprendía la ciudadanía*³³. Según Escobar, en Sucre “*el clientelismo ayudó a frustrar el proyecto de convertir las movilizaciones campesinas relativamente exitosas en una fuerza electoral significativa, una vez que las reformas políticas crearon una oportunidad de participación de nuevas fuerzas políticas*”³⁴.

Para otros autores como Lemarchand y Legg, “*el clientelismo se podría entender como el cemento por el cual algunas identidades son amalgamadas dentro de los límites de un sistema político más inclusivo, como un integrador en cuanto puede haber un intercambio tanto de valores como de recursos escasos*”³⁵.

El clientelismo también opera como dispositivo de control del conflicto social, en tanto es capaz de obstaculizar las expresiones de descontento de un grupo aunque no necesariamente lo hace desaparecer. Los favores recíprocos atenúan el descontento, hacen parecer que el sistema político donde hay elecciones funciona, por lo menos en términos formales.

También podría considerarse como una manera de redistribución de recursos hacia los niveles más bajos de las jerarquías políticas, acercando las élites políticas centrales a las regionales, cuando éstas se encuentran excluidas de la toma de decisiones y del manejo de recursos. Un estudio de Valenzuela sobre Chile y las relaciones clientelares en la época pre- dictatorial, mostró su utilización por parte de la dictadura para mantener de su lado a las autoridades en las provincias. Mostró también como la dictadura sustituyó a los representantes elegidos democráticamente para imponer a sus alcaldes pro-régimen. Afirmaba el autor en su estudio que “*los representantes anteriores al régimen eran los encargados de movilizar los recursos a cambio de votos, pero después de él, se dieron condiciones*

³³ Escobar, Cristina. Clientelism, mobilization and citizenship: Peasant politics in Sucre. Ph D. Dissertation. Universidad de California. San Diego. Ed. Ann Arbor Michigan. 1998.

³⁴ Escobar, Cristina. 2002. Op cit.

³⁵ Lemarchand and Legg. Political clientelism and development: a preliminary analysis. Comparative politics. Vol 4. No 2. 1972.

*que igualmente eran el vínculo con el centro que alimentaba el clientelismo a nivel local*³⁶.

En esa perspectiva de análisis, Chubb nos muestra cómo en el sur de Italia las élites de poder fueron capaces de subsistir ante el desarrollo institucional, en tanto, las redes clientelistas se soportaban en el nivel central y en el monopolio de recursos críticos. Así, *“las elites fueron capaces de controlar esos recursos críticos a través de sus vínculos a nivel nacional, para impedir que el proceso de desarrollo transformara la naturaleza de la organización política, además de mantener los niveles de pobreza y subdesarrollo necesarios para sostener el sistema clientelista”*³⁷.

En otros casos, las prácticas clientelistas se asimilan a un modo en que los representantes intermedian ante la administración pública como gestores de obras en sus localidades³⁸. Se trataría entonces, de una forma de ejercicio de la democracia representativa en la que se vinculan los intereses de la ciudadanía con el Estado.

Las asimetrías del clientelismo generan también resistencia de las clases populares en tanto podrían considerarse como una forma de “discurso oculto” en términos de Scott, que no es explícito sino al interior de los grupos³⁹. En este sentido, conductas de aprobación a prácticas clientelistas se interpretarían como de rechazo implícito, al utilizar el favor del político a cambio de mejoras colectivas como forma de resistirse a la miseria. En el caso del clientelismo en Brasil descrito por Gay, *“estas prácticas constituyen un mecanismo de las clases bajas de resistencia y supervivencia ante el sistema”*⁴⁰

Ahora bien, desde esta perspectiva podría abarcarse el análisis de las relaciones clientelares como relaciones de poder en donde existe una lucha política constante

³⁶ Valenzuela, Arturo. Political brokers in Chile: *Local Government in a Centralized Polity*. Duke University Press. 1977. Pág. 60.

³⁷ Chubb, Judith. The social bases of a urban political machine: the case of Palermo. En *Political science quarterly*. Vol 96. No.1. 1981. 107-125.

³⁸ García, Miguel. ¿Ciudadanía avergonzada? Democracia local y construcción de ciudadanía en Bogotá. CESO-IEPRI. 2003

³⁹ Scott, James. Los dominados y el arte de la resistencia. Ediciones Era. 2000. Pág.145

⁴⁰ Gay, Robert. en Favores por votos, Auyero, Javier (comp). Ed. Losada.1997. Pág 87

de imposición de discursos, precisamente donde se da el ejercicio del poder. En este sentido, para Foucault el poder no sería algo que se posee *per se* sino que es un constante ejercicio, además es también una constante construcción. Así, en las relaciones clientelistas las relaciones de poder se manifiestan en el establecimiento de amarres implícitos, y generalmente tácitos, que se imponen en la transacción de favores, la oferta de protección y en el aseguramiento de la membrecía a un grupo.

Otras posiciones ubican al clientelismo dentro de los llamados “modos de dominación”, entre ellas las visiones marxistas. Bajo esta óptica, en los setentas se afirmaba que el clientelismo en Colombia no era más que un instrumento de clase, donde se entendía que la política *“era necesariamente política de clase, de la clase o de las clases en el poder que a través de la historia han manejado los mecanismos de permanencia, hegemonía y auto-reproducción”*⁴¹. Esta visión del clientelismo quedó de lado para entenderse más bien como una lucha por los recursos o la monopolización del acceso a los centros económicos y políticos; o como diría Duarte, como *“el uso de criterios personalistas para las relaciones Estado-ciudadanos y la distribución de los recursos públicos”*⁴².

Esta revisión conceptual evidencia la diversidad de abordajes del clientelismo y la necesidad de hacer concreto su estudio de acuerdo al contexto donde existe. En lo que sigue de este estudio se aborda desde una perspectiva local con estudio de caso de una “casa política”.

⁴¹ Miranda Ontaneda, Nestor. Clientelismo y dominio de clase. El modo de obrar político en Colombia. CINEP. 1977

⁴² Duarte. 2003: 7. Op cit

CAPÍTULO II. CASAS POLÍTICAS Y CLIENTELAS EN BOLÍVAR

“Con la política siempre perdemos nosotros porque el líder vende a sus comunidades...la política es como la mafia, porque ella se ejerce con miedo, en secreto y en ella se trafica con nuestras necesidades”⁴³.

En este capítulo se revisará cómo se estructuran las relaciones políticas en una ciudad con rasgos culturales específicos y cómo un grupo político familiar, a través de tácticas, actitudes y favores recíprocos, han tenido éxito electoral. Se observará cómo prácticas políticas que vienen de una estructura agraria pueden ser determinantes del éxito, en una sociedad como la cartagenera con prácticas como la recomendación y el amiguismo y donde el parentesco cobra gran relevancia.

La casa política de los García, que ha estado en el debate político durante más de 20 años y que ha logrado mantenerse en la ciudad de Cartagena y en el departamento de Bolívar, a través del monopolio de ciertos recursos y a través de una red de intermediarios importante, nos servirá como objeto de estudio en este primer escenario. Este grupo político comenzó su vida política en el municipio El Carmen de Bolívar del departamento de Bolívar, donde podremos ver el paso del clientelismo tradicional-agrario al clientelismo de intermediarios- urbano; y luego, cómo estas prácticas políticas se transmitieron a los comportamientos del grupo en la ciudad. Así, un personaje de la estructura clientelar agraria como “el corredor” que moldea la relación entre patrones y campesinos se puede asimilar al de los intermediarios de la estructura clientelar urbana.

⁴³ Dicho por un habitante del barrio El Pozón en un taller dirigido a resolver esta pregunta: ¿qué es la política? Julio de 2007.

1. Casas políticas en Cartagena

El Frente Nacional se utiliza generalmente como un instrumento inicial de análisis sobre el *sistema político del clientelismo*⁴⁴, debido a la re-configuración que causó en el escenario político institucional. A partir del establecimiento del régimen frentenacionalista, los partidos hegemónicos colombianos negociaron la cuota burocrática en circunscripciones electorales y las corporaciones públicas. Este acuerdo se tradujo a nivel micro en amplias redes sociales de transacción de favores que permitían llegar hasta el Estado. Este acuerdo sui generis, que duraría hasta 1974, fue terreno fértil para las prácticas clientelistas que antes se sustentaron en las prácticas propias de una economía hacendaria y latifundista y que se articulaba desde las regiones hacia el centro a través de los llamados “gamonales”.

Durante el Frente Nacional se dieron pasos hacia la modernización de la política, en esa línea se crearon las Juntas de Acción Comunal (JAC), cuyo objetivo era acercar el pueblo al poder, crear desarrollo a partir de procesos participativos al interior de las comunidades y hacer más efectiva la acción comunitaria, aunque manteniéndola dentro de la órbita del Estado. Sin embargo, según autores como Leal y Dávila, micro-poderes nacidos al interior de las JAC copiaron las viejas estructuras burocráticas y clientelistas, pero ahora con la comunidad como participe.

Leal y Dávila afirman que se dio una suerte de democratización del clientelismo en el caso de las JAC en Rionegro: *“la acción comunal ha continuado su papel fundamental de canalizadora del clientelismo. Su existencia se ha llenado de sentido al cumplir un papel mediante el cual facilita a intermediarios políticos desarrollar su labor, asegura éxitos suficientes para reproducir capitales electorales y permite controlar a la comunidad”*⁴⁵.

⁴⁴ Leal y Dávila. Op cit.

⁴⁵ Leal y Dávila. Op cit: 231

Es precisamente durante este periodo que pasamos de un clientelismo de tipo agrario con un sistema económico que permitía el dominio de los jefes liberales y conservadores, a su vez propietarios de grandes extensiones de tierra, a un tipo de clientelismo moderno donde predominarían los recursos burocráticos en provecho del poder de negociación que tenían los gamonales locales ante el ejecutivo central.

En materia institucional, la exigencia de las dos terceras partes de los votos del legislativo para lograr la aprobación de las leyes, hizo que la autoridad central mantuviera los apoyos electorales en las regiones a través de intercambios clientelares y para ello, fue necesario recurrir ante los patrones locales con sillas en el legislativo⁴⁶.

En Bolívar fue particular el hecho que desde el inicio de la primera República la dificultad en el control político y territorial en toda la extensión del Estado de Bolívar hacía necesario que las élites de Cartagena consiguieran este control a partir de alianzas con familias en territorios del *hinterland*⁴⁷. Este control político y territorial se dio a partir de negociaciones clientelares con jefes hacendados y sus familias. Así, durante el Frente Nacional, de forma más o menos similar, las élites liberales y conservadoras hicieron parte de alianzas privilegiando a ciertas familias y conformando así redes políticas familiares.

Las redes familiares con fines políticos, tal como se ve en los árboles familiares contenidos en el Anexo 1, existen en Cartagena desde el siglo XIX. Sin mayor distingo de ideologías coexistían liberales y conservadores dentro de una misma familia, lo cual les permitía moverse dentro de los partidos políticos tradicionales.

Como contexto histórico y, de acuerdo con el autor Bossa Herazo, es importante mencionar que desde inicios del siglo XX, partidos como el liberal en Cartagena estuvieron dirigidos por notables familias de apellidos que aún tienen vigencia en los círculos políticos de la ciudad como los Vélez, los Román, los Emiliani y los Bossa, entre otras. En este contexto y finalizado el Frente Nacional los políticos locales que dominaron el período, tomaron privilegios sumados de sus relaciones

⁴⁶ Angulo Bossa, Jaime. 581 años de rebeldía. Tomo I. Partido Liberal Colombiano. 2006.

⁴⁷ Solano de las Aguas, Sergio. Cultura política popular en el Caribe Colombiano a comienzos del s XX. Memorias Escuela de verano. Universidad Tecnológica de Bolívar. 2004.

con los jefes de partidos y lograron seguir con el monopolio de algunos recursos públicos necesarios para mantener su poder.

Luego del Frente, podría decirse, ya no se habla de partidos sino de grupos políticos ahora denominados “casas políticas”, refiriéndose esencialmente a la preponderancia en los liderazgos de miembros de una sola familia.

Se asimilan estas “casas políticas” a la definición de partido que según Sartori es *“cualquier grupo político que se presenta a elecciones y que puede colocar mediante elecciones a sus candidatos en cargos públicos⁴⁸”*. En este caso, el grupo que mostramos cumple con estos dos requisitos: se presenta a elecciones con miembros de su familia o líderes comunales con trayectoria de su grupo y, tiene la capacidad electoral para colocar a sus candidatos en cargos públicos. Los miembros de estos grupos políticos cumplen también con otro presupuesto de un partido político, siguiendo a Duverger, al ser mediadores entre elegidos y electores⁴⁹.

Las casas liberales entonces, podría decirse, se convirtieron en partidos políticos con líderes capaces de mover miles de votos y de articular las redes políticas necesarias para sostener su caudal electoral. En el siguiente cuadro se resumen las fuerzas partidistas en Cartagena que nacen luego del Frente Nacional y que se fortalecen durante los noventas.

Cuadro 1. Fuerzas partidistas de Cartagena Post-Frente Nacional

Faciolincismo	Familia Faciolince y facción liberal
Nueva Fuerza Liberal	Familia García y facción liberal
MIPOL (Movimiento de Integración Popular)	Vicente Blel y facción Liberal
Convergencia Liberal	Familia Turbay y facción Liberal
Partido Único del Concejo	Javier Cáceres y facción Liberal
Movimiento Nacional Conservador	Rodolfo Segovia y William Montes
Partido Conservador	Jesús Puello Chamíé y Jose Maria

⁴⁸ Sartori, Giovanni. Partidos y sistemas de partidos. Ed. Alianza Universidad. Madrid. 1987. Pág 92.

⁴⁹ Duverger, Maurice. Los partidos políticos. Fondo de cultura económica. México. 19ª impresión. 1951.

	Imbett
Movimiento Demócrata Independiente	Familia Raad

2. La Casa Faciolince

La Casa Faciolince fue consolidando su influencia a partir de León Faciolince oriundo de Mompox quien de la Asamblea Departamental pasó al senado en 1.947. Le siguieron sus hijos Julio y Miguel Faciolince López, éste jefe de un sector Partido Liberal⁵⁰ en el departamento en la época del Frente Nacional, Contralor departamental, Representante a la Cámara en el año 1966 hasta 1970. Monopolizaron el sur de Bolívar para su movimiento “...esa región se hizo impenetrable, hasta el punto de que quien no pactara con él, no tendría nada que hacer por aquellos lares” decía un viejo seguidor faciolincista⁵¹.

En ese mismo año otro de sus hijos, Miguel, llegó al Senado con el respaldo del Presidente López Michelsen y estuvo allí hasta 1990 con la suplencia de su sobrino Carlos Faciolince Bossa. Arturo Faciolince por su parte, el menor de los hermanos Faciolince López, fue Representante a la Cámara en 1998 y otra hermana Elvira Faciolince de Espinosa, diputada y gobernadora de Bolívar, fue una de las más fuertes cacicas políticas de su época.

Elvira se casó con Eduardo Espinosa Urueta, rector de algunos colegios públicos del departamento. A mediados de los 60, cuando la familia llegó a Cartagena fundó el colegio Instituto Piaget. “Desde ese momento las dos vertientes de la familia comienzan a trabajar en llave: los Faciolince en la salud y los Espinosa en la educación. La familia siempre buscaba que los gobernadores y alcaldes de turno le garantizaran el manejo de la salud y la educación”⁵².

⁵⁰ Angulo Bossa, Alvaro. Aspectos sociales y políticos de Cartagena de Indias. Siglos XVI y XX. Ed. Antillas. 2001.

⁵¹ Líder del grupo Faciolince. Diciembre de 2007.

⁵² Testimonio del ex gobernador Carlos Mendivil, viejo socio de Espinosa Faciolince hoy retirado de la política citado en http://www.terra.com.co/elecciones_2002/congreso_2002_2006/reportaje/12-04-2002/nota54504.html. Las presiones de Espinosa Faciolince

Siendo Gobernadora de Bolívar, Elvira Faciolince, con la facultad nominadora que le daba la ley, se dice que pudo manejar el nombramiento de los directores de hospitales, de DASALUD (Departamento Administrativo de Saludo Departamental) y el FER Departamental (Dependencia encargada de la administración de nómina de profesores del Departamento), facultad que dicen algunos de sus líderes, sostuvo luego de salir de la Gobernación y hasta su muerte.

A los Faciolince se les recuerda por haber creado el centro hospitalario más importante de Bolívar: el Hospital Universitario de Cartagena, así como también se le culpa de su desangre y de su consecuente liquidación. Los sucesores de Elvira fueron sus hijos Carlos, Eduardo y Jaime Espinoza Faciolince. Carlos fue el último gran cacique de esta casta familiar, en 1986 logró ser Representante a la cámara y en 1990 llegó al Senado donde permaneció hasta el 2005, año en que fue sindicado del delito de falsedad material en documento público por estar involucrado con presuntas anomalías en las actas de escrutinio del último proceso electoral en el que participó.

Cuadro 2. Cargos de la familia Faciolince

Familia Faciolince	Cargos	Año
León Faciolince	Diputado y senador, suplente de Francisco de Paula Vargas Vélez	1947
Julio R. Faciolince	Contralor Departamental Representante a la Cámara	1966
Miguel Faciolince	Senador	1970-1990
Carlos Espinosa Faciolince	Diputado Representante a la cámara Senador	1980 1986 1990
Elvira Faciolince de Espinoza	Diputada y Gobernadora	1990 1970

Eduardo Espinosa Faciolince	Ex Constituyente, ex director del Corpes y Ex Secretario de salud	1991
Miguel Espinosa	Senador	1990
Carlos Faciolince B	Concejal y ex embajador en Panamá	1994
Arturo Faciolince B	Representante a la cámara	1998
Jaime Espinosa Faciolince	Concejal y candidato a la Alcaldía de Cartagena	1998

3. La Casa García

Una pregunta metodológica pertinente antes de abordar nuestro estudio de caso es: ¿por qué se estudia una “casa política” y no cualquier otro grupo? La respuesta apuntaría a que pesar de que ya no existan como tal las llamadas casas políticas en Cartagena con excepción de la Casa que estudiaremos, o mejor, aunque ya no tengan la influencia que solían tener en el siglo pasado, en el imaginario local y nacional, se sigue mencionando como un actor importante en las causas del estado actual de la política en la ciudad.

La familia García se escogió como caso de estudio por ser el único con la suficiente vigencia como en los límites temporales de este trabajo. Actualmente tiene una senadora con el apellido de la familia y una amplia red política a nivel local y nacional. Además, éste grupo se estableció en un territorio con características tales que permite observar de forma más visible el paso del clientelismo tradicional-rural al clientelismo de intermediarios-urbano en sus prácticas políticas.

La historia de la familia García va de la mano de la historia del tabaco en la zona de los Montes de María en el norte de Colombia. Esta familia, antes que ser política, es recordada en el Carmen de Bolívar (Bolívar) y Ovejas (Sucre), como empresaria y comerciante de tabaco. Alcanzó a tener importantes extensiones de tierras ubicadas

principalmente en estos dos municipios, un número significativo de reses de ganado y una empresa dedicada a la exportación de tabaco en los Montes de María, especialmente en El Carmen de Bolívar, su cabecera municipal.

Juan José García Taboada fue el primero de la familia que llegó a El Carmen de Bolívar proveniente de Ovejas (Sucre), municipio vecino de aquel. Se inició en la política cuando los departamentos de Bolívar y Sucre eran un solo territorio, el Gran Bolívar. El “Viejo Juan José”, como le llaman quienes lo conocieron, aspiró a la Cámara por el Partido Liberal en los años setenta pero no logró llegar a esa corporación; luego, cuando Sucre se separó de Bolívar llega a la Asamblea por aquel departamento.

Juan José y su hermano Gabriel García Taboada se dedicaron primero a los negocios del tabaco, el ganado, el maíz y las tierras. También eran ellos muy aficionados a los gallos. Cuenta Jorge⁵³ que tenían más de 5.000 hectáreas en tierras fértiles de los departamentos de Sucre y Bolívar, con más de 5.000 reses de ganado, con las cuales trabajaban centenares de campesinos.

En El Carmen de Bolívar tuvieron sede sus empresas familiares Tabacos Bolívar y Comisagro, ésta última dedicada a la exportación de tabaco. Con la empresa el “Viejo Juan José”, logró tener bajo su dominio alrededor de 3.000 familias. Estas familias cultivaban en pequeñas parcelas dentro del sistema de aparcería, a diferencia de otras regiones tabacaleras como Ambalema- Tolima donde la tierra estaba concentrada en muy pocas manos. Generalmente toda la familia estaba vinculada a la recolección y manufactura del tabaco cosechado, actividad que complementaban con el cultivo de productos para su subsistencia⁵⁴.

Dice Juan José: “... en los años setenta nuestra familia exportaba siete millones de dólares en tabaco negro, el 50% del tabaco de exportación de toda la costa generándole divisas al país...en nuestras tabacaleras se generaban 2.500 empleos directos preservando los derechos de ley y una positiva relación obrero-patronal se beneficiaron indirectamente 42.000 campesinos, que constituían parte de las

⁵³ Jorge. Pariente de la familia García. Octubre de 2007.

⁵⁴ Vilorio De la hoz, Joaquín. Tabaco del Carmen: economía tabacalera en la región de los Montes de María. 1848-1893. Cuadernos de historia económica y empresarial Banco de la República No. 3. Octubre de 1999.

7.000 familias de la región...”⁵⁵. Tal como él mismo lo afirma, la familia García creó una economía sostenible alrededor del negocio del tabaco donde los campesinos de la zona abrigaron la subsistencia de sus familias.

2. a. Tabaco y conflicto en El Carmen

El tabaco en Colombia se empezó a cultivar en 1.770 con el monopolio colonial del Estanco del Tabaco, cuyas factorías se ubicaban en Ambalema, Palmira, Zapatocha y Pore. Hasta 1848 la clase política bolivarense logró presionar la entrada de la industria del tabaco y se estableció una factoría tabacalera en el Carmen de Bolívar⁵⁶, aunque antes ya se producía clandestinamente. Por su lado, en 1857 el médico cubano José María Pizarro llegó a Ovejas-Sucre al que llevó diversas variedades de tabaco negro que apalancaron el crecimiento de esta industria en la Costa Caribe.

En 1856, cuando la producción de Ambalema y Girón se fueron a pique empezó a emerger una industria muy fuerte en El Carmen y para 1874 este municipio se convirtió en la primera comarca productora de Tabaco en Colombia. Alrededor del 70% de las exportaciones de Colombia salían de este lugar. *“Para el año 1876 El Carmen pagaba más por concepto de renta que la misma ciudad de Barranquilla, para algunos si no fuera por el Carmen de Bolívar, Barranquilla no fuera lo que es. Como era puerto, el Carmen le dio fortaleza, entre otras, el comercio. Muchas de las grandes familias de arraigo y muchas de las casas comerciales en Barranquilla tenían su sede acá...”*⁵⁷

Esta industria se fortaleció paralelamente al crecimiento de la ganadería, pues hasta entrado el siglo XX el tabaco de exportación se empacaba en zurrones de

⁵⁵ Diario El Universal, septiembre 25 de 2000, citado en Aspectos sociales y políticos de Cartagena de Indias. Op cit. Pág. 229

⁵⁶ Vilorio, Joaquín. Ganaderos y comerciantes en Sincelejo 1880-1920. Cuadernos de historia económica y empresarial Banco de la República. No. 8. Julio de 2001. Pág. 24

⁵⁷ Moisés Morante. Historiador de El Carmen de Bolívar.

cuero los cuales se transportaban en mulas hasta el puerto de Barranquilla de donde salían hacia Alemania.

Varias familias nativas como la de Don Julio Andrade y Don Cesar Andrade Cermeño, Pedro J. Lascarro, Julio Sanabria, F. Donado y Don Norberto Castellanos eran empresarias de tabaco junto a los hermanos García Taboada, padres de Juan José y Gabriel Antonio. Estas familias servían como puente entre las grandes empresas tabacaleras internacionales y las familias campesinas dedicadas a la producción de la hoja.

Varias industrias se crearon para la comercialización del tabaco, para el consumo interno del departamento, para el consumo nacional y para la exportación. A esta última se destinaba la mayor parte de la producción. Muchas de estas empresas eran de extranjeros, de alemanes como Adolfo Held, holandeses de Curazao, italianos, ingleses y franceses como Abraham Wolff, Juan Federico Hollmann, Evaristo Sourdis, Antonio Volpe, Danouille & Wessels, entre otros.

Algunos comerciantes locales también incursionaron en el negocio del tabaco como el cartagenero H. De la Espriella, la firma barranquillera Vengoechea & González, así como Joaquín Pizarro, José María Pizarro y Alejandro García en Ovejas⁵⁸, quienes exportaron tabaco a Bremen (Alemania).

Muchas de estas familias eran terratenientes y arrendaban la tierra a los campesinos a través de contratos de aparcería, acuerdo en el que cedían un pedazo de tierra para que el campesino sembrara la cosecha con el compromiso de compartir los beneficios con el dueño.

Hay que anotar que a principios del siglo XVIII, al momento de su fundación, la zona de los Montes de María se caracterizó por ser abundante en baldíos por lo cual el acceso a la tierra era libre y muchos campesinos pudieron establecer una economía de agricultura de pequeña producción con cría de ganado y cultivos. El

⁵⁸ Vilorio, Joaquín. 2001. Op cit. Pág. 25.

proceso de expansión de las haciendas y creación de latifundios fue tardío por lo que al inicio la producción tabacalera se daba en pequeñas haciendas de campesinos pobres. Es a finales del siglo XIX con la expansión de la ganadería y el auge productor que aparecen grandes terratenientes que controlan el acceso a la tierra para los nuevos campesinos que llegan a buscar oportunidades de cultivar la hoja⁵⁹.

Durante los años veintes el acceso a los baldíos era restringido y el sistema de aparcería⁶⁰ llamado también “tierra por pastos” imperó. En este sistema *“el campesino o cosechero en virtud de un contrato, por lo general verbal, obtenía el uso de la tierra “arrostrajada” (o sea convertida en rastrojo) del terrateniente ganadero por un término comúnmente de dos años: con el compromiso de devolverla hecha potrero (o sea sembrada de pasto para el ganado)⁶¹”*.

Este sistema fue muy fuerte en los Montes de María, donde se cultivaba a la manera tradicional, principalmente tabaco negro tipo Cubita de exportación⁶² y, en mucho menos cantidad, el tabaco rubio que resistía mezclas e industrialización.

Los cultivos tradicionales en esta zona requerían de mucha mano de obra por la complejidad de su proceso. Las tierras cedidas eran generalmente de menos de una hectárea para el cultivo, convirtiéndose en minifundios y micro-minifundios⁶³ trabajados por familias enteras.

Este sistema generó relaciones de dependencia de los campesinos hacia los latifundistas en medio de condiciones de pobreza generadas por el acceso a la tierra y el sistema de precios fijados de acuerdo a la necesidad de los empresarios.

⁵⁹ Blanco Romero, Wilson. Tabaco, economía campesina y capitalismo en los Montes de María. 1850-1930. Universidad de Cartagena.

⁶⁰ Este modo de explotación de la tierra se daba en tres tipos: 1. Cuando el dueño daba solo la tierra enmontada; 2. Cuando daba la tierra lista y el caney; 3. Cuando daba la tierra, caney, cabuya y otros insumos. Otro modo de aparcería se daba cuando el campesino vendía su fuerza de trabajo al terrateniente en condiciones de inferioridad en comparación con la remuneración que recibía el trabajador asalariado. Ministerio de agricultura. Cultivo del tabaco en Colombia. Evolución histórica de la producción del tabaco en Colombia. Bogotá, 1982, pág. 96.

⁶¹ Blanco Romero, Wilson. Op cit. Pág. 15.

⁶² El llamado “puro” es el tabaco negro cultivado y cosechado de la manera tradicional y sin ningún tipo de cruces.

⁶³ Ministerio de agricultura. Cultivo del tabaco en Colombia. Evolución histórica de la producción del tabaco en Colombia. Bogotá, 1982, pág. 96

La ausencia de regulación de precios sumado a la ausencia de subsidios para las pérdidas de los cosecheros y a la falta de tecnología en la producción, acrecentaron la pobreza de los cultivadores. Por ejemplo, a diferencia de países cultivadores de la hoja como Brasil, en esta zona no existían seguros para las cosechas. De hecho, en épocas de plagas se perdían totalmente los cultivos y los campesinos no tenían como pagar “los avances” que les hacían los empresarios. La Caja de Crédito Agrario por su parte, en muchos casos no prestaba a estos pequeños cosechadores, que en su mayoría eran arrendatarios, por no tener un respaldo financiero a la deuda.

Además, los campesinos en época de siembra no podían cultivar otros productos para auto-abastecerse pues la exigencia de pureza de la hoja limitaba esa posibilidad, de manera que el tema alimentario también era crítico.

La producción de la hoja estaba a cargo de las familias campesinas, quienes se encargaban de cultivar la hoja y ponerla a disposición de la empresa. Luego se pasaba al procesamiento y alisamiento de la hoja, se empacaba en zurrones de cuero para enviarlas a Europa.

Del alisamiento de la hoja se encargaban en su mayoría mujeres de la región, quienes aportaban la delicadeza necesaria para tratarla. El papel de la mujer fue fundamental en la estructura productiva del tabaco, *“las mujeres trabajaban en el sector, distinto a otras regiones donde las mujeres no producían, sino que estaban dedicadas al hogar, aquí mientras el hombre trabajaba la parcela la mujer podía ser alisadora de tabaco. Entonces, había dos ingresos... eso producía una interrelación muy cercana y un agradecimiento hacia esa persona que le estaba generando empleo”*⁶⁴. La inclusión de por lo menos dos miembros de la familia generaba una relación de dependencia y lealtad con los empleadores.

Por otra parte, las condiciones de vida señaladas, con una población encerrada en el minifundio y el monocultivo del tabaco, generaron en los años sesentas conflictos como invasiones y tomas de tierras apoyadas por la ANUC.

⁶⁴ Piedad. Noviembre de 2007.

Sobre organizaciones de campesinos solo se tiene noticia de un sindicato que tan solo duró dos años. Era el sindicato regional que cubría cinco empresas de tabaco de la región y llegó a tener 5.000 miembros trabajadores de Bolívar, Sucre y Magdalena, según afirma Rodrigo⁶⁵. Su fracaso se atribuye a que muchos miembros se vendieron por mejoras salariales, cargos más altos o simplemente dinero; y los que persistieron, les cerraron las puertas en otras empresas tabacaleras, según afirman habitantes de la zona.

Dice Rodrigo, un ex sindicalista de la zona: *“Eso era terrible porque yo tenía 6 hijos y mujer que mantener y lo maluco que era que tú fueras a buscar trabajo y le advertieran al gerente que si me iban a dar trabajo era para alborotar a los trabajadores y se abstendrían después...”*⁶⁶

Con esto, podría decirse que la diferencia en la intensidad del movimiento campesino se presentó probablemente por la estructura económica y social de la zona que venimos describiendo. En esta estructura la venta de la producción de la hoja cultivada estaba necesariamente amarrada a la voluntad del empresario, no había muchas opciones de cultivo diferentes y la propiedad de la tierra estaba sustentada en relaciones de dependencia.

En este sentido, tanto el sindicato como el movimiento campesino de los años setenta se frustraron y, el descontento de las clases populares y los sectores de izquierda fueron caldo de cultivo para que prosperara el trabajo político de las guerrillas que se estaban formando en la zona. Aunque el movimiento de campesinos no fue tan fuerte en El Carmen de Bolívar como en el municipio vecino de Sincelejo, sí existió en El Carmen conflicto por la tierra.

En el Carmen de Bolívar se establecieron las guerrillas del ELN con el Bloque Bateman Cayón, el ERP con la compañía Ernesto Che Guevara y los Frentes 35 y 37 de las FARC, los cuales controlaron toda la zona de los Montes de María desde

⁶⁵ Rodrigo. Trabajador de Tabacos Bolívar y otras. Ex miembro del Sindicato Tabacalero. Enero de 2008.

⁶⁶ Rodrigo. Op cit.

mediados de los setentas⁶⁷. Estas guerrillas operaron en la zona presionando la economía del lugar.

Luego de la construcción de la Troncal de Occidente a mediados del siglo pasado, la zona de los Montes de María se volvió un corredor estratégico para el narcotráfico por atravesar toda la Serranía de San Lucas de sur a norte. El Carmen de Bolívar quedó en el centro de este corredor hacia el mar, convirtiéndose en punto crítico de los grupos al margen de la ley para sacar droga e ingresar armas.

Por ésta condición estratégica en los Montes de María, se dio hacia el año 1997 el fortalecimiento de grupos paramilitares que ya venían formándose en la zona, apoyados por élites locales azotadas por las llamadas “vacunas” (impuestos establecidos por la guerrilla). A partir de aquí las Autodefensas Unidas de Colombia- AUC, en un afán de ganar territorio cometieron varias masacres mientras la guerrilla realizaba asesinatos selectivos.

La masacre de El Salado⁶⁸, corregimiento de El Carmen de Bolívar, fue una de las más atroces cometidas por paramilitares⁶⁹. También la masacre de Macayepo,

⁶⁷ Garzón. Juan Carlos. Desmovilización del Bloque Heroes de Montes de María de las AUC. Fundación Seguridad y Democracia.

⁶⁸ Para ver con más detalle la historia de la masacre se sugiere el informe “La masacre de El Salado: esa guerra no era nuestra” del grupo de memoria histórica de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación publicado en 2009.

⁶⁹ “El cerco de los paramilitares sobre el pueblo se cerró dejando a su paso más y más víctimas. No se salvaron aquellos que se escondieron en sus casas porque les dispararon sobre sus techos de zinc desde tres helicópteros, uno verde, otro azul y otro blanco, según lo relataron los testigos. Todavía se ven las perforaciones en las tejas. A los dos días de hostigamiento continuo --sin que autoridad alguna viera ni oyera nada-- lograron acorrallar a unas 500 personas en una cancha de microfútbol frente a la iglesia. El primer muerto allí fue Eduardo Novoa, a quien degollaron en presencia de todos el viernes 18 a las 10 de la mañana. Los verdugos entonces pusieron música y destaparon ron. Se dividieron entonces el trabajo: unos fusilaban, otros torturaban, algunos más rompían puertas, levantaban camas, vaciaban cajones y pateaban animales. "Mientras más buscaban, más rabia les daba porque no encontraban nada. No hallaron ni siquiera una honda", dice José Pérez. La matazón se prolongó durante cuatro días y cuatro noches. Nadie vino a pararla. A medida que pasaban las horas aumentaba la sevicia. Así, a los abuelos Desiderio Lambraño y José Urrueta, ambos mayores de 70 años, los pusieron a bailar vallenatos mientras les disparaban cerca de sus pies. Un hombre macizo, de saco negro, se acercó a los dos, los tomó de la cabeza, estrellándoselas la una contra la otra hasta matarlos. A una adolescente la violaron en fila. Murió ahogada con su sangre porque le habían metido cactus entre su boca. Víctor Urrueta Castaño, el bobo del pueblo, murió en medio de las torturas porque no confesaba que era miembro de las FARC. A los criminales les sobró suficiente sangre de sus víctimas para embadurnar en los muros enormes vivas rojos a las AUC y “abajos” a la guerrilla. El pavor ha dejado esos letreros de muerte intactos hasta hoy. En la noche del sábado 19 de febrero los paramilitares se marcharon, diciéndoles a los sobrevivientes que se fueran rápido porque iban a volver a quemar el pueblo. El domingo 20 en la mañana llegaron, por fin, varias hombres de la Infantería de Marina. Los saladeños que quedaron levantaron 36 cadáveres. No los llevaron al cementerio porque el sol de fuego que brilló durante los cuatro días del asesinato colectivo los descompuso aceleradamente. Así que los sepultaron en una fosa común al lado de la cancha donde habían muerto. Revista Semana. 15 de septiembre de 2003. Edición 1115.

corregimiento de la zona de los Montes de María, a dos horas de Sincelejo en el que paramilitares asesinaron a 12 campesinos. Por esta última masacre, la justicia colombiana condenó en 2010 a 40 años de prisión a Alvaro García Romero, miembro de la familia García, como su determinador, siendo senador de la República de Colombia.

2. b. El Clientelismo en El Carmen

La estructura económica de la aparcería y el sistema del “avance” o compra por anticipado de los cultivos, consolidaron relaciones de dependencia entre campesinos y terratenientes basadas en la transacción de favores y la formación de lealtades propias del clientelismo tradicional. La lealtad se aseguraba con los dineros “avanzados” por los empresarios, lo que les permitía a los campesinos cultivadores sostener su economía; y eventualmente, si lograban el aprecio de los patronos, podrían pensar en enviar a sus hijos a estudiar a la capital del Departamento, Cartagena; incluso hasta conseguirles apoyo para que estudiaran en la universidad.

El clientelismo en El Carmen entonces se basaba en *monopolio de recursos, dominación, lealtad y confianza*. En las relaciones clientelistas el acceso a los bienes es restringido para el cliente y monopolizado para el patrón. En este caso, la tierra, la educación, incluso el alimento, eran esos bienes restringidos.

El monopolio o acceso privilegiado a ciertos bienes creaba un tipo de dominación a partir de la obediencia que, podría decirse con Weber, se basaba en “*la posibilidad de encontrar obediencia dentro de un grupo determinado para mandatos específicos (o para toda clase de mandatos)*. No es, por tanto, toda especie de probabilidad de ejercer poder o influjo sobre otros hombres”⁷⁰. Así, la posibilidad de lograr obediencia pasa por lo que el autor denomina una “*dominación legítima*”.

⁷⁰ Weber, Max. Economía y sociedad. Fondo de cultura económica. Cuarta reimpresión de la segunda reimpresión. 1979. Pag. 43.

En el caso de la relación clientelar, la obediencia se apoya en la lealtad y el agradecimiento que los clientes sienten por su patrón, en quien tradicionalmente han encontrado protección. Weber la llamaría *“legitimidad tradicional”* al estar basada en la fuerza de la costumbre de obedecer a un patrón protector de la comunidad. Producto de la protección se generan también relaciones de “confianza”, por el cumplimiento regular de las promesas por parte del patrón.

Esa legitimidad tradicional construida a través de favores, dominación, lealtad y confianza fue capitalizada por familias en la región con la que consiguieron éxito electoral a partir del apoyo de las familias cosechadoras de tabaco y los obreros de las empresas comercializadoras. Dice un líder comunitario de El Carmen: *“Eso se dio sobre todo por los años setenta u ochenta, que sacaban las mayorías de concejales porque en ese entonces el señor Juan (el padre de Juan José) estaba vivo todavía y a él le gustaba hacer muchos favores. Él veía que una hamaca pasaba por su casa (ahí traía enfermos o muertos) cuando los traían del monte, en seguida mandaba a alguien al hospital a preguntar, que ¿de dónde es?, ¿qué necesita?, que me mande la fórmula; entonces mandaban la fórmula y él en seguida mandaba los medicamentos y les preguntaba qué más necesitan, que no tuvieran pena. Por eso ese señor tuvo mayorías, por los favores”*⁷¹.

En la economía de producción del tabaco cientos de familias estaban bajo el dominio de los terratenientes. *“La mano de obra representa el 82% y 90% de los costos totales del cultivo debido a que los agricultores tradicionalmente utilizan pocos insumos”*⁷².

Como los empresarios no podían llegar directamente a los campesinos se crearon formas de mediación que sustituyeron la relación “cara a cara” con los campesinos. Esas relaciones de intermediación social solían inscribirse dentro de jerarquías económicas y sociales bien definidas para la producción y cultivo de la hoja: *“Las grandes empresas te prestaban a ti como intermediario nativo harta plata y tu le pignorabas la finca, con los bienes inmuebles que garantizaran la devolución del*

⁷¹ Líder comunitario del Carmen de Bolívar y actual miembro del grupo. Enero de 2008.

⁷² DANE. Documento sobre producción de tabaco En www.dane.gov.co

*dinero. Esas personas tenían otras personas acá en el Carmen y algunos corredores*⁷³.

A diferencia de los cultivos del interior del país donde *“la producción de tabaco se lleva a cabo por contrato o mandato de producción, los contratos son otorgados directamente por empresas como Coltabaco y Protabaco entre otras, afiliadas a la federación Nacional de Productores de Tabaco (Fedetabaco), los cuales cubren la asistencia técnica del cultivo, la financiación de insumos y mano de obra...”*⁷⁴

Los cultivos en la Costa atlántica no tenían contrato formal, se utilizaba el denominado “avance” como modo de asegurar la cosecha. A través de este modo de intercambio los empresarios del tabaco se aseguraban la cosecha del campesino, lo que convertía al campesino en palabras de Fals Borda, *“en un peón por deuda a quien además cobraba terraje (dos quintales por siembra en las tierras de las haciendas)”*⁷⁵.

Otra característica que aparece en la lógica de la producción tabacalera es la existencia de *“el corredor”*, personaje encargado de articular la relación patrón-campesino. El *corredor* aparece cuando se expanden las empresas del tabaco a principios del siglo XX, su papel es intermediar entre patrón y campesinos para hacer más efectiva la negociación de la entrega de la hoja. Al aparecer la figura del corredor, la relación política que existe en medio de la relación laboral y personal, deja de ser “cara a cara”.

El corredor aporta a la estructura en cuanto crea un vínculo de cercanía que también genera confianza con los cosechadores. Dice Rodrigo: *“ellos (los García) no tenían contacto con los campesinos. A una persona que fuera corredor de tabaco, por ejemplo, le tiraban 10 o 15 millones para que se ganaran al campesino y en cosecha recogieran y les llevaran. De manera que él (el corredor) era el que*

⁷³ Moisés Morante. Op cit.

⁷⁴ www.agrocadenas.gov.co

⁷⁵ Fals Borda, Orlando. Historia doble de la Costa. El retorno a la tierra. Universidad Nacional de Colombia-Banco de la República-El Ancora Editores. Bogotá, 2002. Pág. 81.

recibía cantidades de dinero con el que compraba el tabaco, se metía en el campo, repartía y el campesino le llevaba el tabaco⁷⁶”.

Aunque según Fals Borda, *“los corredores al principio eran sus cuñados y compadres a quienes designó como comisionistas para manejar a los avanzados, engañarlos con romanas cargadas e imponer otras formas de explotación⁷⁷”, el corredor facilitó a los campesinos la negociación, proveyéndolos de materiales e insumos para la cosecha con más celeridad, haciendo más cómodo el trabajo para ellos: “Los corredores iban al campo repartían alguna plata... casi nunca era dinero, casi siempre le daba al campesino en especie el machete, la lima, la comida, la ropa, la medicina, el transporte, el fique, es decir, todos los insumos que ameritaba el cultivo, que eran pocos porque el tabaco se cultivaba sin químicos, entonces, ese era el primer intermediario que exponía el capital, porque si el campesino le quedaba mal al corredor, antes existían los principios de la palabra empeñada y no había que firmar ningún documento para que la persona quedara bien. Entonces, este campesino se obligaba a venderle al corredor al precio del comercio y el corredor se ganaba alguna comisión, además que lo fregaba con la pesa de toro que hacía balanza con el peso del bulto de tabaco. Aunque el campesino era lesionado en sus intereses era tal la cantidad de tabaco que de pronto no era significativo para el campesino, la producción era buena excepto en la época de la langosta...que perdía el corredor y quedaba el campesino pendiente de pagarle al otro año si le iba bien...⁷⁸”*

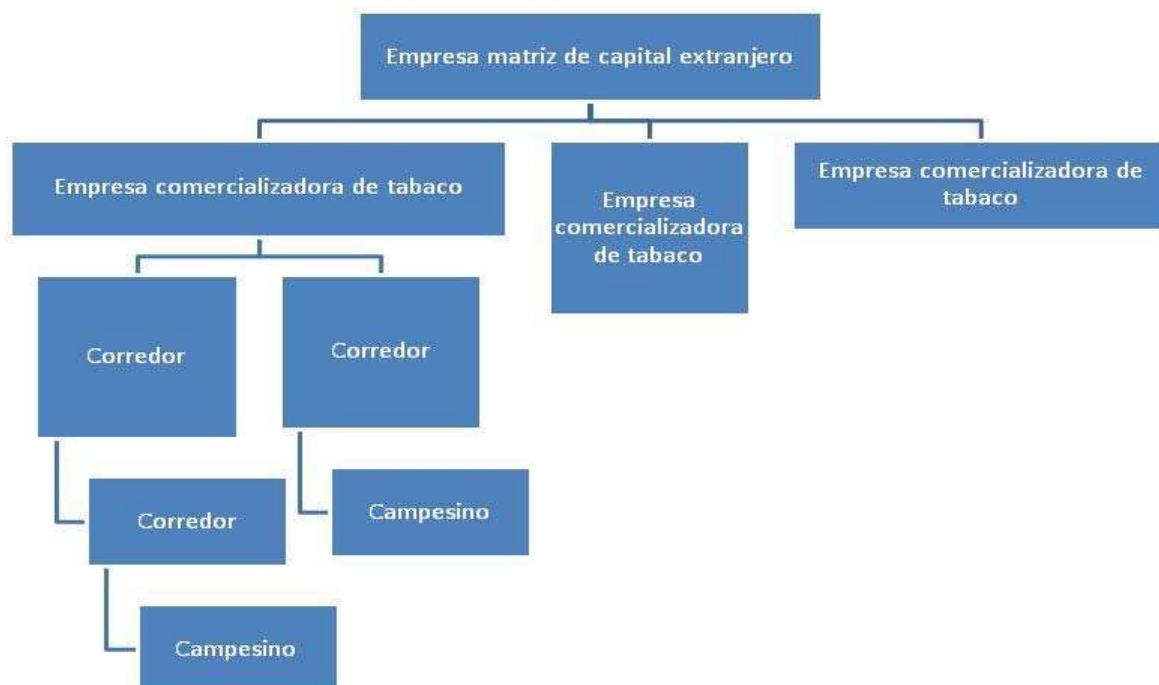
La industria del tabaco generó una pirámide económica conformada por disímiles partes: la empresa de capital extranjero, la empresa nacional comercializadora del tabaco, los corredores que a su vez tenían otros corredores y por último, el campesino. La siguiente gráfica resume la estructura:

⁷⁶ Rodrigo. Op cit.

⁷⁷ Fals Borda. Op cit: Pág. 81.

⁷⁸ Moisés Morante. Op cit.

Gráfica 1. Estructura clientelar agraria



La cosecha se entregaba en su totalidad a los empresarios comercializadores de quienes dependía el trabajo realizado en el año y la subsistencia de los miembros de la familia, incluso su propiedad quedaba sujeta al éxito de la cosecha, al estar expuesta por las deudas contraídas: “..mantenían cautivo al sembrador, ya que este se obligaba a pagar al corredor con el tabaco en rama. La empresa hacía un empréstito al negociante (con escrituras o enseres como aval) y éste le respondía con el pago en tabaco a los precios acordados previamente, como es dable suponer en los años de sequía o del ataque de la langosta (hubo 8 años de ataques y estas al pasar dejaban los campos desolados sin una sola brizna verde)⁷⁹” “Las pérdidas para el corredor eran cuantiosas, y muchas veces se arruinaban en una cosecha”.⁸⁰

El negocio no era rentable para los cosechadores de tabaco. Sin embargo, era su único modo de subsistencia pues en la zona éste era el único producto que tenía

⁷⁹ Ecos de la Montaña. Archivo Memorias de El Carmen. No. 36 de agosto 1º de 1915, Pág. 3.

⁸⁰ Morantes, Moises. La Helda en El Carmen de Bolívar. Documento suministrado por el autor.

empresas sólidamente organizadas, lo que les daba la seguridad de que su producto iba ser comprado en su totalidad y que tendrían un trabajo seguro para la próxima siembra. *“... los tabacaleros trabajan unos meses, seis meses para producir la cosecha de tabaco, entonces, estos señores para estimular eso le dan plata adelantada, pero cuando llegan imponen los precios y eso era En el Carmen, en Ovejas, en San Juan un poco, en San Jacinto un poco, en Palmitos, en Colosó. Eso lo manejaba Juan José el viejo, pero cuando ellos (los hijos) crecieron comenzaron a manejar toda esa serie de cosas⁸¹”.*

Este contexto económico y social de la región sostuvo la estructura social y política a partir de las dificultades de los campesinos; y era el corredor quien aseguraba las lealtades, su función era acercarse al campesino, comprar las cosechas y mantenerlo contento en las épocas de siembra, mientras llegaba la cosecha. Al respecto afirma el corredor Jorge: *“Bueno el dueño de la empresa nos daba la plata para que le demos tres o cuatros cuotas o más bien anticipos, mientras viene la producción de las cosechas. Este dinero es para que ellos tengan para su sostenimiento en el tiempo “malo” (cuando no hay ingresos económicos para las familias), para la siembra, para el arreglo de tierras y la asistencia (sic)...⁸²”.*

Los avances aseguraban la cosecha y también la lealtad de los campesinos, además de que las relaciones de confianza con los corredores fueran un exitoso medio para asegurar cosechas y votos.

En la época de elecciones el patrón se hacía más visible para los campesinos, algunos corredores sirvieron de intermediarios políticos y los miles de empleados de las empresas fueron utilizados para lograr los votos suficientes. Dice Rodrigo: *“Claro, a ellos eso les sirvió de mucho porque ellos se agarraron de las obreras y obreros y ellos como que habían perdido algo de votación allá en Ovejas y se llevaban gente para allá. Es decir, que empezaron con el trasteo electoral aquí. Yo lo digo porque a mi esposa que trabajaba con ellos le tocaba ir a votar allá y ese día había pasteles y después de allá la traían a votar acá cuando se sentían débiles aquí... Con el cuento que trabajan allá le detenían la cédula y de una vez*

⁸¹ Jorge. Op cit. Agosto de 2008

⁸² Jaime. Ex -corredor de la empresa tabacalera. Agosto de 2008.

les decían: vas el sábado que viene a inscribirte. Después que las inscribían les decían, bueno ya saben el día de las elecciones vienen a las cinco de la mañana para que vayan a votar allá y le daban su comida, sus pasteles⁸³”.

Existía lealtad entre los campesinos y el intermediario, y entre el intermediario y el patrón, por ello se hacía necesario, al momento de requerir votos, establecer mecanismos de presión para asegurarlos. Existía un margen de presión sobre el campesino para obtener beneficios electorales a través de un bien limitado como el trabajo. Dice Rodrigo: *“no daban plata, apenas la comida, pero lo tenían allí subordinados y por eso votaban por él⁸⁴”.*

El trabajo era un bien transable de disposición privilegiada para el patrón, por ser de su esfera privada. En esta dinámica el intercambio de bienes en su mayor parte provenía del patrimonio privado del patrón, los recursos de los cuales se disponía solucionaban necesidades urgentes como el trabajo y el techo, las otras necesidades como la educación se cubrían sólo para la clientela más próxima.

Esta relación clientelar tradicional era fuertemente vertical, lo que en estricto sentido significa que no había modo en que el campesino asumiera la posición del patrón, pues no existían estructuras de movilidad social y económica para los campesinos-clientes. Sin embargo, el intermediario sí logró construir una relación un poco más horizontal con el patrón, por su calidad de puente indispensable entre el cliente y el patrón.

Por su parte, el control sobre las autoridades locales a través de favores, fortaleció la legitimidad tradicional en la medida en que el patrón se convierte en una verdadera autoridad en la zona. En el clientelismo político además se hace un uso sistematizado de la institucionalidad al saltarse los procedimientos y establecer nuevas formas de tramitar el poder local y nacional. Dice Luis: *“Había un Alcalde por allá en los ochentas no me acuerdo el nombre exactamente...y recuerdo que antes que se dirigiera a su despacho en la alcaldía, tenía que irse a tomar el tinto*

⁸³ Rodrigo. Op cit.

⁸⁴ Rodrigo. Op cit.

con el viejo Gabriel(García Taboada) para que le dijera que iba a firmar y a quién le iba a pagar”⁸⁵.

En este contexto, la ausencia de un Estado paternalista tanto como de un mercado de trabajo más amplio tuvo dos efectos para las relaciones clientelares de El Carmen. Por un lado, en principio no se utilizaban bienes oficiales obstaculizando el clientelismo burocrático o de cargos públicos; y por otro, negando la posibilidad a los campesinos de tener una relación más simétrica y horizontal, debido al poco acceso a otras posibilidades laborales. Así mismo, se negaba la posibilidad de movilidad social para estas familias. Esta posibilidad se dejaba sólo para algunos intermediarios y familias campesinas más cercanas a la familia.

Los García entonces controlaron gran parte de la zona rural y urbana de El Carmen a través de su empresa. Luego, empezaron a consolidar su poder en Cartagena, la capital del departamento; y poco a poco se fueron estableciendo del todo en esta ciudad, pero conservando parte de su poder político y electoral en El Carmen. Hasta entrados los años noventas la empresa de tabaco empezó a decaer en El Carmen por el reacomodamiento del mercado mundial del tabaco y el escalamiento del conflicto en la zona de los Montes de María. Atentados terroristas contra varias bodegas de tabaco y extorsiones a empresarios tabacaleros por parte de la guerrilla hicieron salir a la mayoría de las empresas de la zona.

Con la salida de los García como empresarios, otras facciones liberales se fortalecieron en El Carmen. Por ejemplo, el movimiento político de Moncho Torres, también llamados Los Chapolos, obtuvo la alcaldía en 2007. Este grupo en años anteriores, se dice, contaron con el apoyo de los García. Ramoncho Torres padre del alcalde Galo Torres fue el primer alcalde elegido popularmente y logró una vez más ese cargo público. Su hermano Orlando Torres por su parte, fue alcalde durante los años setentas con el apoyo de los García y Ray Martinez, del grupo de Los Chapolos. Hoy este grupo y el de los García son contradictores.

También competían en este municipio el grupo familiar de Los Turbay, quienes tuvieron varios concejales y diputados, aunque nunca alcalde, y conservan algo de

⁸⁵ Luis. Ex funcionario del Carmen de Bolívar y cercano al grupo político. Agosto de 2008.

poder a través de sus actuales diputados Natalia Turbay y José Félix Turbay. En la Cámara de Representantes Lidio García Turbay, sobrino del ex Contralor y Gobernador David Turbay, mantienen su cuota de poder.

Esta evidente y naciente competencia entre patrones se da con mayor fuerza en la ciudad y refleja variaciones en el tipo clientelar, esto le da otro sentido a las relaciones de jerarquía en la estructura, aunque se mantengan ciertas formas de relación que vienen de lo rural, las cuales, podría decirse, marcan la diferencia entre las estructuras clientelares con los otros grupos políticos.

El estudio de una estructura política como la de Los García constituye un espacio privilegiado para entender cómo se van alimentando las estructuras políticas urbanas de las estructuras políticas agrarias. En este aparte intentaremos aproximarnos a una descripción de ambas estructuras, a partir de las actividades políticas del grupo político que venimos estudiando, en El Carmen de Bolívar, territorio rural; y en Cartagena, territorio urbano.

Las estructuras clientelares de Cartagena han estado mediadas por élites políticas familiares de larga tradición soportadas en organizaciones comunitarias que han actuado a manera de redes político-electorales. Estas redes han reproducido las relaciones clientelares en el marco de la institucionalidad política del país.

Sobre este hecho Leal y Dávila en su trabajo más conocido sobre clientelismo muestran como en Rionegro *“el predominio de una economía campesina que se sustenta en el autoconsumo y en el trabajo familiar y que carece de servicios e infraestructura, ha abierto el espacio a un tipo de relaciones políticas que aseguran la satisfacción parcial de esas necesidades”*⁸⁶. En igual sentido, Gutiérrez⁸⁷ muestra como en Bogotá una red clientelar se configura en torno a necesidades específicas alrededor de un cacique como Forero Fetecua, afirmando *“que se configura como un sistema estable de equilibrio de individuos, grupos e instituciones y de construcción de Estado desde abajo”*⁸⁸ controlado a través de las Juntas de Acción Comunal.

Rubio por su parte, describe cómo el trabajo político de Telésforo Pedraza en Bogotá se realizó *“sobre redes de sociabilidad y su interpelación a matrices culturales”*⁸⁹ en un trabajo de capitalización de lo simbólico en la comunidad.

⁸⁶ Leal y Dávila. Clientelismo. El sistema político y su expresión regional. Pág. 148. Op cit

⁸⁷ Gutiérrez S. Francisco. La ciudad representada. IEPRI-Universidad Nacional. 1998.

⁸⁸ Gutiérrez. 1998. Op cit. Pág. 120.

⁸⁹ Rubio, Rocio. No hay paraísos sino los perdidos. IEPRI-Alcaldía Mayor de Bogotá. 2003.

Así mismo, en Cartagena los intermediarios se han constituido en redes clientelares con posibilidades de movilización social. Algunos líderes del barrio (el caso del senador Javier Cáceres es el más representativo) han logrado llegar a ser patronos. En ese sentido, podemos diferenciar las estructuras de movilidad social de los estudios bogotanos y los de Cartagena. Entre los factores sociales y económicos que han construido la historia de la ciudad pueden estar las razones de estas diferencias.

Cartagena es una ciudad cuya economía se basó desde inicios de la Colonia en el esclavismo y el contrabando. Fenómenos ambos con mucha incidencia en la configuración social. El contrabando, por ejemplo, para algunos autores es una costumbre arraigada en la economía cartagenera⁹⁰ que ha determinado la relación del individuo con la ley. Al respecto, Ripoll cita a Graham diciendo que *“el comercio ilícito fue en Cartagena una forma de vida que conectó a todos los sectores de la sociedad, abarcando la burocracia, los gobernadores militares, el estamento eclesiástico y los comerciantes de todo nivel”*⁹¹. El contrabando se fue constituyendo en una economía paralela a la legal que contagió a toda la estructura social y política de Cartagena confrontando las leyes impuestas por la Corona con la realidad del territorio. Prevalció esta última.

El esclavismo por su parte, constituyó otra institución que marcó unas relaciones políticas jerárquicas. Este además de lo que significaba para la economía de ese entonces, influyó en las relaciones de resistencia y en las jerarquías sociales muy fuertemente, tal como se ha descrito en trabajos como el de Guerra, Navarro y Albis: *“La presencia de diversas zonas de frontera que escaparon al control político hispánico durante la época colonial, la mayor parte de ellas habitadas por pueblos históricos o amerindios no reducidos, comunidades de negros cimarrones, y lugares de rochela en donde convivían gentes libres de todos los colores, pone en evidencia los diferentes ordenes sociales que coexistieron en el*

⁹⁰ Munera Cavadía, Alfonso. El fracaso de la nación. Región, clase y raza en el Caribe Colombiano. El Ancora Ed. Banco de la República.1998.

⁹¹ Ripoll, María Teresa. El comercio ilícito, un vicio de difícil curación cuando se contrae. El Caribe en la nación colombiana. Memorias X Cátedra anual de Historia. Museo Nacional de Colombia-Observatorio del Caribe.2006.

*Caribe durante la época colonial, algunos de los cuales se extendieron a los tiempos de la República. Esas fueron áreas de contacto, conflicto, contrabando y resistencia frente a los intentos de establecer un orden social hegemónico por parte de la corona y de la República*⁹²”.

Estos dos factores determinaron costumbres que aún hoy son dominantes en Cartagena. Lo “negro” aún tiene connotaciones negativas hasta el punto que algunos cartageneros rechacen el ser llamados “negros”⁹³, pero más allá de ellos el problema los “negros” que aún resisten a las elites “blancas” sigue planteando un problema de representación política a todo nivel. y una dificultad en la tramitación de lo político. En este orden dicen Guerra, Navarro y Albis que *“ésta marcada segmentación social dada por el pasado colonial, la dificultad en la movilidad social, las economías paralelas, la corrupción como mecanismo de sostenimiento de esas economías y las relaciones informales de intercambio, condicionan la existencia del clientelismo y las instituciones políticas de la ciudad”*⁹⁴.

Otro factor a tener en cuenta, tiene que ver con que el rezago de la ciudad en la industria durante el principio del siglo XX, por lo cual el Estado se constituyó como uno de los empleadores condicionando con ello, de algún modo, que las rutas de ascenso social y económico se limitaran a la burocracia estatal. Los pocos empresarios prósperos de la ciudad, así como las familias notables que se dedicaban a la política, controlaron la esfera social y la esfera política. A su vez, la movilidad social era mínima, pertenecer al Club Cartagena, podría decirse, era uno de los indicadores de entrada a la alta sociedad. En este escenario era imprescindible “la recomendación” para acceder por lo menos a los círculos políticos.

A partir de este tipo de prácticas como la recomendación, el clientelismo sirve como estructura de movilidad social, entendida desde Miller como *“un movimiento*

⁹² Guerra, W, Navarro, J y Albis, N. Cultura, instituciones y desarrollo en el Caribe colombiano. Observatorio del Caribe. www.ocaribe.org. Pág. 9.

⁹³ Cunin, Elizabeth. De La esclavitud al Multiculturalismo. El antropólogo entre identidad rechazada e identidad instrumentalizada. En Conflicto e (in)visibilidad. E. Restrepo, A. Rojas, ed. Retos de los estudios de la gente negra en Colombia. Popayán. Editorial de la Universidad del Cauca, 2004.

⁹⁴ Guerra, W, Navarro, J y Albis, N. Op cit.

*significativo en la posición social, económica y política de un individuo o de un estrato*⁹⁵. Así, el escalamiento vertical y ascendente de un individuo cuando es éste es posible sólo a través del mérito, se considera necesaria la recomendación o el amiguismo (tener un amigo o familiar en un puesto público) para ascender económica y socialmente. En su caso, Wilberto, líder político de Fredonia, barrio de la zona suroriental de la ciudad, utilizó una recomendación para obtener un cargo público. Dice: *“luego yo entré a la alcaldía en la administración de Curi por lo que te comenté que la directora habló con Curi y Curi me contrató...”*⁹⁶. Afirma además que, cuando necesitó una orden para un servicio de salud acudió a un amigo: *“...a raíz de todo eso uno va conociendo gente y ya uno sabe que el que da las órdenes en el SISBEN es amigo o es amigo de un amigo mío, entonces por ahí uno va canalizando las cosas...”*⁹⁷

Estas prácticas existentes en la cotidianidad cartagenera han favorecido el clientelismo político y han resultado funcionales para estructuras políticas como la del grupo que ahora se estudia, quienes traen aprehendido de la ruralidad esquemas de relación patrón-cliente.

1. Del campo a la ciudad

La llegada a la ciudad de “Los García” coincidió con el proceso de modernización de las elites del Partido Liberal, forzado por un rechazo social a un pasado clientelista. En esta ciudad, tanto como en el resto del país, la modernización del partido no tuvo el éxito esperado debido a que las elites regionales y locales no hicieron relevo y continuaron con las maquinarias sostenidas por tanto tiempo. Diría Gutiérrez, que fue precisamente el modo en que siguieron conformados los partidos una de las causas del fracaso del intento modernizador de estos en las regiones: *“la forma*

⁹⁵ S.H., Miller. The concept and measurement of mobility, citado en Stavenhagen, Rodolfo. Las clases sociales en las sociedades agrarias. Siglo XXI editores. Pág 27.

⁹⁶ Wilberto. Líder comunitario Localidad 2. Agosto de 2007.

⁹⁷ Wilberto. Op cit.

en que estaban conformados los partidos llevó al traste con los esfuerzos modernizadores⁹⁸”.

Esas maquinarias que controlaron el Partido Liberal por mucho tiempo contuvieron cantidad de facciones lideradas por jefes regionales, moviéndose dentro y fuera del partido a través de grupos personalistas y familiares como el *Faciolincismo*, el *Marunismo*, el *Emilianismo* y el *Barracismo*. Precisamente los García, quienes venían de un pasado liberal en El Carmen de Bolívar, accedieron al Partido en Cartagena a través de una alianza con el *Marunismo*, grupo que le ofreció a Juan José García la suplencia del gran cacique Marún Gossaín.

Luego de haber aceptado este ofrecimiento, en una disputa por la curul con Gossaín, Juan José García le ganó y lo desplazó, a partir de lo cual fortaleció su poder político en la ciudad. Al respecto afirma Piedad: *“Entonces, cuando ya se da el momento de que los hijos de mi suegro, o sea, mi esposo y sus hermanos, son profesionales y ese caudal político se estaba desaprovechando, en ese momento estaba el tema de la suplencia, entonces, Marún Gossaín que era un senador muy reconocido de aquí le propone a Juan José mi esposo ser su suplente, por ahí a principios de los años ochentas...”⁹⁹.*

El desplazamiento de uno de los más importantes barones electorales de Cartagena por parte de un hombre de provincia no fue recibido con mucho agrado por las elites políticas locales. Algunos en ese entonces llamaron a esta familia que ahora incursionaba en la política cartagenera “el cartel del suero¹⁰⁰”, pese a ello, en la elección del 82 el grupo superó a la Casa Faciolince, cuya trayectoria en Cartagena era más sólida. En el siguiente cuadro se relacionan los resultados de las elecciones de Senado por el Partido Liberal en la fecha mencionada.

⁹⁸ Gutierrez Sanin, Francisco. Lo que el viento se llevó. Editorial Norma. 2006

⁹⁹ Piedad. Op cit.

¹⁰⁰ En la zona de donde vienen los García se consume mucho ese producto lácteo

Cuadro 3. Votaciones para Senado 1982-1986

Candidatos Liberales	Votación
Elección Senado 1982-1986 ¹⁰¹	
Marún Gossaín Jattin	39.900
Juan Jose Garcia Romero	30.366
Miguel Faciolince López	25.023
Arturo Faciolince López	22.655
Rafael Vergara Támara	22.966
Luis E. Piñeres Vergara	9.888

Esta familia llegó con una lógica política distinta de vinculación con la gente, su calidad anterior de empresarios del tabaco les permitió contar con el voto de aproximadamente tres mil familias del Carmen de Bolívar, pero también con el voto popular de algunos sectores de Cartagena. Dice uno de los líderes cartageneros que le conocen: *“ellos si se untaban de pueblo, mientras que las élites cartageneras no estaban acostumbradas a eso, todos eran nombrados a dedo y es por eso que toman mucha fuerza...”*¹⁰² ”.

Otro líder de El Carmen afirma: *“ellos ayudaban a mucha gente, le hacían favores y a mucha gente de El Carmen les fue bien con ellos...hoy gracias a ellos mucha gente tiene casa, carro, los colocaron en buenos puestos, fueron sus socios y a muchos los pusieron de diputados, alcaldes, concejales...”*¹⁰³

Tanto simpatizantes como detractores de los García, coinciden en que ellos son de los primeros grupos políticos que en Cartagena *“se untan de pueblo”*, comportamiento probablemente cultivado en sus relaciones con los campesinos, pues éstas relaciones de intercambio asimétricas que se usaban en el municipio del Carmen de Bolívar se enmarcaban dentro del “cara a cara” con el *corredor*, quienes

¹⁰¹ Tabla extraída de un documento oficial del Movimiento Nueva Fuerza Liberal -1990

¹⁰² Wilfredo. Op cit.

¹⁰³ Ramón. Líder cívico cercano al grupo. Agosto de 2007.

se encargaban de las relaciones directas con el campesino, así mismo, lo haría el intermediario o “líder” con los electores en la ciudad.

Tanto en el campo como en la ciudad, la existencia de inequidades económicas hacía persistir relaciones de dominación y dependencia, nutridas por el agradecimiento y la confianza hacia la persona que le garantiza protección y acceso a ciertos bienes. En la ruralidad es especialmente significativo esto¹⁰⁴, mientras que en las zonas urbanas, el clientelismo adquiere una lógica basada en la competencia política, donde es mayor el número de intermediarios profesionales que hacen su labor entre el patrón y los clientes.

En ese orden, las estructuras de mediación como las Juntas de Acción Comunal a través de sus redes comunitarias consolidan liderazgos políticos cada vez más calificados que disminuyen la asimetría entre el patrón y el intermediario, a la vez que permiten a los intermediarios elegir entre varios patrones, haciendo cada vez menos posible conseguir lealtades permanentes. En el siguiente cuadro se compara el tipo de clientelismo agrario y el que hemos llamado urbano.

Cuadro 4. Clientelismo tradicional- agrario vs clientelismo de intermediarios-urbano.

Clientelismo tradicional/agrario	Clientelismo de intermediarios/urbano
Lealtad	Poca lealtad
Diádico	Triádico
Dominación	Mayor independencia
Menor competencia	Mayor competencia

Los García, sin embargo, consiguen lealtades más estables dado que asumen la tarea de atender a sus líderes y a sus electores en cualquier momento del año. Con ello consolidan la relación personal tan necesaria para mantener el vínculo. Afirma su principal representante que “...de Cartagena, era el único grupo que por organización mantenía las oficinas abiertas todo el año, o sea no era un comando

¹⁰⁴ Escobar, 2002. Op cit.

esporádico que se cerraba luego de las elecciones...¹⁰⁵. Este lugar constante significa un lugar tangible donde el patrón existe, donde ocurre el “cara a cara”, donde el intermediario adquiere su estatus formal al tener acceso privilegiado a él. Sin este lugar no es posible la relación clientelar en el pleno sentido del concepto.

Cuadro 5. Cargos ocupados por miembros de la Familia García

Juan José García	Senador de la República	1978- 1998
Gabriel García Romero (hermano de JJ García)	Gerente Instituto de Mercadeo Agropecuario- IDEMA-	1990
Gabriel García Romero	Concejal y Alcalde de Cartagena	1982 1992- 1994
Alvaro García Romero	Administrador de la Empresa de su familia Tabacos Bolívar. Concejal de Sincelejo, Sucre Diputado de Sucre Alcalde de Ovejas, Sucre Secretario de Gobierno del Departamento de Sucre	1986
Héctor García Romero	Director Nacional del Inurbe	1993
Mady Romero	Representante a la Cámara por el P. Liberal Cónsul de Colombia en Franckfurt, Alemania. Senadora de la Republica por el Partido de	1990

¹⁰⁵ Piedad. Op cit.

	Integración Nacional (PIN)	
Piedad Zuccardi de García	Senadora de la República	1998
Teresita García Romero	Representante a la Cámara	2010

1. ¿Quién es el patrón?

Se llama Patrón generalmente a quien o quienes encabezan la estructura clientelar y quienes dentro de la red clientelar pueden ofrecer o dar un recurso a cambio de apoyo electoral. En el caso que estudiamos, podría decirse, hay varios patrones. Juan José García y Gabriel García, hijos de los hermanos Juan José y Gabriel García Taboada fueron los primeros, son actores políticos en Bolívar desde finales de los setentas.

Juan José construyó su poder político en Cartagena a pesar de no ser raizal de esta ciudad. Su paso del campo a la ciudad denota una serie de factores que se transmutan y que le imprimen a su actuar político características relacionadas con la cercanía a sus electores y la confianza que genera a sus intermediarios.

Su éxito no sólo se dio en Cartagena sino en gran parte del departamento de Bolívar, incluyendo El Carmen, por supuesto. Con Gabriel, su primo, eran las cabezas tradicionales del grupo y quienes gestionaban los votos. Juan José se mantuvo en la arena política pública hasta cuando se le condenó por fraude con auxilios parlamentarios, delito por el que le dieron la casa por cárcel. Antes de tal suceso, transfirió su poder electoral a Piedad, su esposa, quien encabezó por el Partido Liberal la lista al senado. La imagen limpia y renovadora de la candidata evitó la muerte política del grupo, tal como lo afirma una de las líderes del grupo: *“cuando Juan José sabe lo que viene por las investigaciones, antes de perder la curul lanzan a Piedad Zuccardi, que era una ejecutiva exitosa, inteligente y susceptible a la política¹⁰⁶”*.

¹⁰⁶ María. Líder cercana al grupo. Marzo de 2007.

Con este nuevo y renovado liderazgo, en la Casa García se dio lo que Gutiérrez llamaría una tensión entre “políticos presentables” y “políticos representables”¹⁰⁷. Por un lado, Juan José funge como un político representable, es decir, capaz de lograr votaciones exitosas, con una maquinaria poderosa y con todas las relaciones necesarias para lograr acuerdos políticos vencedores; y por el otro, está Piedad, política presentable y respetable ante la opinión pública, identificada como símbolo de gestión y de preparación, capaz de estar a la altura de las elites económicas y las altas esferas sociales.

Estos perfiles políticos determinaron la división del trabajo al interior del grupo. La misma senadora afirma: *“mientras Juan José se encargaba de todo lo que eran acuerdos políticos, yo me encargaba de la parte social, el tema de las operaciones, el tema de ayudarle a la gente con todas las calamidades domésticas que se les presentaban a la gente...”*¹⁰⁸.

Piedad siempre trabajó al lado de su esposo en las correrías políticas, por eso no le toma desprevenida el nuevo cargo. *“Le empezó a gustar la política cuando la probó”* dice una de sus seguidoras. Su labor en el primer período fue bien valorada por la opinión pública y por sus líderes políticos en Cartagena. Generó una mejor imagen para el grupo y al ser mujer oxigenó la vieja estructura clientelista, desgastada el escándalo de corrupción de su esposo. Dice María, una de sus líderes: *“La senadora le ha dado prestigio, “caché” a la familia. Ella es una empresaria que reemplaza al esposo por una investigación que estaban realizando en su contra... Ella al principio acepta sólo por eso, pero después como que le queda gustando y decide seguir y la familia la apoya porque realizó una buena labor en ese primer período”*¹⁰⁹.

Ha sabido aprovechar al máximo su profesión de comunicadora social para buscar nuevos votos de opinión, pero para ganar una curul en el Senado el grupo utilizó estrategias clientelares en los diversos estratos sociales, especialmente en los estratos populares de la ciudad y de los municipios. Dice María: *“Hay una*

¹⁰⁷ Gutiérrez, 1998. Op cit.

¹⁰⁸ Piedad. Op cit

¹⁰⁹ María. Op cit.

estrategia para cada estrato. Por ejemplo, en los estratos 6 y 5, que son gerentes de empresas de institutos descentralizados, etc., se les ofrecen las embajadas. Estos cargos los gestiona la senadora desde el nivel nacional... La senadora le habla a los de estrato 4 para arriba, pero de 3 para abajo y en los municipios habla Juan José, a él es a quien reconocen¹¹⁰”.

Cuando Juan José dejó el escenario político abiertamente, se quedó en la sombra para seguir manteniendo los votos. Esto renovó el grupo en sus estrategias de imagen, podría decirse de marketing, pero las electorales siguieron siendo las mismas en el nivel base. La senadora se le mediría entonces a los estratos 4, 5 y 6 de Cartagena mientras que Juan José sería el encargado de conseguir los votos con los intermediarios en las comunidades, según afirma María.

El tercer patrón del grupo, ya retirado de la arena política, es Gabriel García Romero primo de Juan José García, alcalde de la ciudad de Cartagena en el periodo 1992-1994, años en los que Los García estuvieron en el tope del poder político de esa ciudad. Aún tiene muchos seguidores a pesar de haberse retirado formalmente de la política para dedicarse a sus negocios particulares en el sector de la salud. Para muchos de los líderes de la ciudad, fue un gran alcalde, hizo obras y gobernó con una visión de futuro, sobre todo, era muy cercano con sus intermediarios.

Dice uno de los líderes que lo conoció personalmente: *“Es un tipo agradable, al hablar con él tiene bastante cultura. Es un tipo con el que tú puedes hablar de cualquier tema. En cuanto a lo político, es la realidad, él te tiene una solución para cualquier problema. Es un tipo que te mezcla la conversación seria con lo jocoso, entonces, te hace sentir como en familia, te hace sentir bien y es como una buena estrategia para que tu pases un rato agradable con él, independiente a que te solucione o no tus problemas¹¹¹”.*

Para otros, tuvo una de las administraciones distritales más corruptas, varios escándalos de corrupción empañaron su administración y creció el descontento por esta familia política a la que acusaban de desangrar la ciudad. A Gabriel se le acusó

¹¹⁰ María. Op cit.

¹¹¹ Wilberto. Op cit.

de peculado por apropiación y contratación sin el cumplimiento de los requisitos legales, en el caso de la adjudicación de los paraderos para buses urbanos de la ciudad. Además, estuvo involucrado junto con su primo Héctor García Romero, hermano de Juan José, en el escándalo de los predios de Chambacú¹¹² donde presuntamente se cambió la destinación de este terreno del Distrito para comercializarlo a personas cercanas a su grupo político. También por la supuesta ilegalidad en la venta, durante su administración, de las acciones de la Sociedad Portuaria, empresa pública del Distrito. Este escándalo se profundizaría luego al determinar que una de las accionistas era la empleada del servicio de Gabriel García Romero.

La elección de Gabriel García Romero como alcalde de la ciudad es un momento clave en el estatus político del grupo en Cartagena, considerando que se empezaba a implementar la elección popular de alcaldes y al salir elegido Gabriel, se entendió como un paso adelante hacia el establecimiento de nuevas fuerzas distintas a las de las elites políticas que venían gobernando la ciudad. Fue la elección popular de

¹¹² El 30 de noviembre de 1992 el constructor cartagenero Héctor García Romero entregó al Inurbe (Instituto Nacional de Vivienda de Interés Social y Reforma Urbana) una propuesta para adquirir la propiedad del terreno. Cinco meses después (14 de mayo de 1993), el entonces Ministro de Desarrollo, Luis Alberto Moreno, nombró como director del Inurbe a Héctor García Romero, el mismo que le había planteado a la entidad que ahora dirigía, su interés por el lote de Chambacú. Siendo director del Inurbe, Héctor García Romero, le propuso al alcalde de Cartagena, Gabriel García Romero, su primo hermano, que le cambiaran la destinación de uso del suelo a Chambacú, propuesta que fue aceptada por su primo y avalada por el Concejo de Cartagena que decidió dividir el terreno en una zona de parque y otra de construcciones. La zona de parque fue cedida por el Inurbe a Cartagena en noviembre de 1993 y la de construcciones se vendió en febrero de 1995 al consorcio Chambacú de Indias S.A., en el que figuraban como socios Héctor García Romero, el embajador Luis Alberto Moreno, Fernando Araujo Perdomo, Alberto Araujo Merlano, Martha Abondano de García; Sergio Espinosa Posada y Rafael Pérez Lequerica, entre otros. El informe demostró que trámites como la decisión de cambiar la destinación del predio, la apertura de la licitación y el avalúo del lote, estuvo en manos de personas que después resultaron siendo los compradores de Chambacú.

A estos hechos se sumaron otros detalles que demostraron que varios funcionarios del Inurbe entre 1993 y 1995 actuaron deliberadamente para favorecer los intereses de la Familia Araujo, del ex ministro y embajador en Estados Unidos, Luis Alberto Moreno y del ex director del Inurbe Héctor García Romero y su esposa Martha Abondano de García.

El 4 de marzo de 1999 se escribió en uno de los apartes del editorial de El Espectador que: “Lo que llama la atención de este negocio es que un conjunto de funcionarios oficiales -en los gobiernos de Gaviria, Samper y Pastrana- terminaron como dueños del mismo. Es decir, quienes desde el Estado permitieron que el terreno fuera urbanizable, con el paso de los días terminaron ejecutándolos como socios de una empresa particular. Entre las determinaciones adoptadas por los actuales propietarios del terreno, cuando eran funcionarios, figura la liberación del terreno -originalmente previsto para un gran parque-, para que pudiese venderse y destinarse a la construcción”. Ese mismo día el periodista Ignacio Gómez publicó otro informe en el que mostró el rostro humano de la historia, el cual hacía referencia al drama de 35 familias que a través de distintos medios de presión del Estado habían sido desposeídos de sus predios, ubicados en el sector de Papayal, el cual hace parte de Chambacú y cuyos registros catastrales fueron borrados del Instituto Geográfico Agustín Codazzi. Fuente: IPYS. Instituto Prensa y Sociedad. Foro de Periodismo Independiente.

alcaldes una ventana de oportunidad que aprovechó Gabriel García Romero y que permitió a partir de 1992 consolidar su poder electoral en la ciudad.

Ahora bien, realmente lo que se dio con la elección de Gabriel García Romero fue el paso a nuevas figuras al interior del Partido Liberal, espacio que cedieron las viejas y desgastadas familias políticas cartageneras. El Partido Liberal, antes y después del establecimiento de la elección popular de alcaldes, siguió ocupando casi que sin interrupción la alcaldía en Cartagena hasta 2007 cuando un proyecto independiente logra llegar a este cargo. Lo dicho se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 6. Alcaldes de elección popular en Cartagena

Alcaldes	Partidos	Período
Manuel Domingo Rojas	Liberal	1988-1990
Nicolás Curi Vergara	Liberal	1990-1992
Gabriel A. García Romero	Liberal	1992-1994
Guillermo Paniza Ricardo	Independiente	1994-1997
Nicolás Curi Vergara	Liberal	1998- destituido
Ginna Benedetti De Pareja	Liberal	1999-2000 (encargada)
Carlos Díaz Redondo	Liberal	2000- 2003
Alberto Barbosa Sénior	Liberal	2004- 2005
Nicolás Curi Vergara	Liberal	2005-2007

Judith Pinedo Flores	Independiente	2008
----------------------	---------------	------

El cuarto patrón de la familia se quedó en Sucre con el dominio político de este departamento. Es Álvaro García Romero, hermano de Juan José. *“Su primera incursión en la política fue en 1974 cuando lo designaron alcalde de Ovejas, su municipio. Tenía 21 años de edad y en ese cargo se desempeñó por seis meses. Luego fue Secretario de Gobierno, durante ocho años administró Tabacos Bolívar, la empresa de su padre. Fue Concejal de Sincelejo, por dos períodos fue diputado de Sucre y tres veces representante a la Cámara por su departamento. Fue elegido senador en los últimos cuatro periodos. Es del partido Colombia Democrática e integra la Comisión Cuarta que maneja presupuesto”*.¹¹³

Antes había sido Representante a la Cámara por el departamento de Sucre, lugar donde aglutinó todo su poder electoral. En 1998 por el Partido Liberal logró 45.475 votos, luego conformó la lista del Movimiento Nacional Progresista en el 2002 con el que logró 70.662 votos y finalmente en el 2006, por el Movimiento Colombia Democrática, alcanzó 55.573 votos¹¹⁴.

Álvaro Alfonso García Romero conocido como “el gordo García” no tiene ninguna profesión como se registra en “Congreso Visible” de La Universidad de Los Andes. Él *“terminó su bachillerato en El Liceo Santander de Bucaramanga y no quiso seguir una profesión, ya sabía que se iba a dedicar a la política como su papá y administrar con sus hermanos los negocios”*, tal como lo afirma su primo Jorge¹¹⁵.

En el desarrollo del trabajo de campo uno de los líderes cívicos de Sincelejo afirmaba que “El Gordo” es una persona decidida que no andaba con rodeos. *“...al hablar de plata de política, si usted va donde de él te pregunta que si lo vas apoyar, si tú le dices que sí, te dice que cuánto quieres y cuántos votos tienes. Tú le*

¹¹³ <http://www.elpais.com.co/paisonline/notas/Mayo122007/garcia.html>. Casos Morris y García en suspenso. Sin fecha.

¹¹⁴ Cifras publicadas en la página Web de Congreso Visible de la Universidad de Los Andes

¹¹⁵ Jorge. Op cit.

contestas 2 millones para 100 votos, de inmediato busca una mochila y te da 2 millones y medio. Casi siempre te da más de lo que le pides, por eso lo prefieren en Sucre porque le brinda a todo el mundo, le da plata y le colabora al que le pide”¹¹⁶.

Es un hombre muy poderoso en Sucre, según Jorge, antes de su detención tenía 16 alcaldías entre las que estaban las de Ovejas, Colosó, Betulia, Galeras, Sucre, Majagual, Sampués, Guaranda, Caimito, La Unión, además manejaba la Gobernación de Sucre y compartía con los Merlanos la Alcaldía de Sincelejo. *“Ovejas es clave para el gordo, aquí actualmente tiene siete de trece concejales”*, dice Jorge, orgullosamente de su primo.

Dice Congreso visible que *“Se destacó en actos controvertidos en el congreso como el sucedido en 1988: García era representante a la Cámara y protagonizó una trampa para beneficiar a los terratenientes del país e impedir la aplicación de la reforma agraria del presidente Barco. Cada parlamentario podía votar una sola vez y las cámaras de televisión captaron el momento en el que García metía su mano en la urna y depositaba varias balotas blancas. A pesar de que hubo más votos que congresistas, el 'mico' fue aprobado”¹¹⁷.*

Desde 1998 ocupó una curul en el Senado de la República hasta el 2008 cuando fue investigado por el delito de concierto para delinquir por conformación de grupos paramilitares y como determinador de la masacre de Macayepo donde murieron más de 10 campesinos en octubre de 2000¹¹⁸. Fue capturado por estos delitos el 18 de noviembre de 2007 y en 2009 fue condenado a 40 años de prisión por la Corte Suprema de Justicia.

¹¹⁶ Ramón. Op cit.

¹¹⁷ Ver Congreso Visible.

¹¹⁸ www.elespectador.com. Noviembre 14 de 2006 Entre el 16 y el 17 de octubre de 2000, al menos 15 campesinos fueron asesinados a garrote y machete en el corregimiento de Macayepo (Bolívar). Días antes, coincidentalmente, un oficial de la Policía había interceptado una conversación entre Álvaro García y Joaquín García. Era evidente que hablaban de la masacre que iba a perpetrarse días después, pero también era cierto que aquel diálogo fue monitoreado ilícitamente, es decir, sin el aval de la autoridad judicial competente. Ese argumento le sirvió al procurador Edgardo Maya para archivar la investigación que el Ministerio Público había abierto contra García Romero.

Según la sentencia del alto tribunal, Álvaro García Romero utilizó el tipo de clientelismo que autores como Duncan han denominado “*clientelismo armado*” en que mediante la intimidación, se obliga a los electores a votar por un determinado candidato. Se estableció en la investigación judicial que el Senador García era el enlace entre el legislativo y las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) para favorecer a ganaderos de la región, que Álvaro García y otros políticos locales repartieron secretarías del departamento a las AUC y que permitían que grupos paramilitares actuaran sin restricciones y de manera impune en la región. A cambio, dice la sentencia, los paramilitares desaparecían a los detractores políticos de García y obligaban a los pobladores de sus zonas de influencia a votar por este candidato.

El expediente al respecto suministra el siguiente dato: *“La Fiscalía también llamó la atención sobre el llamado Frente Social por la Paz y sobre el computador incautado a alias Don Antonio, pues en folios 22, 23, 25, anexo 33, de las transliteraciones de dicho computador, están algunas referencias al acusado, entre éstas: “Señores, el 70% de la votación para el Senado va con ÁLVARO GARCÍA. Recuerda que Carlos Mario García, alias “Gonzalo”, en varios apartes transcritos (en la conversación número tres, que obra en el anexo 33, dice el fiscal), adujo que debían hablar con GARCÍA ROMERO para llegar a acuerdos burocráticos, poner votos y conseguir avales.”¹¹⁹.*

En la sentencia también se implicó a García Romero como determinador en el homicidio de la profesora Georgina Narváez, quien denunció fraude en las elecciones en el Municipio de San Onofre, Sucre, cuando competía Eric Morris, protegido de Álvaro García, por la gobernación de Sucre. El testimonio de Georgina podía según el expediente, adelantar una posible anulación de las mesas en el municipio de San Onofre donde precisamente Morris alcanzó una diferencia de 3.000 votos frente a su contendor.

¹¹⁹Expediente 32805. Sentencia del 23 de febrero de 2010. Sala de Casación Penal. Corte Suprema de Justicia de Colombia.

Se menciona también en este documento la declaración de Salvatore Mancuso, quien aseguró “cómo el señor Jorge Anaya, ex gobernador del departamento de Sucre para el período 2004-2007, aliado político del acusado, fue elegido gracias a acuerdos políticos con las autodefensas pactándose a cambio la entrega de las Secretarías de Educación y Obras Públicas”¹²⁰.

El expediente también relaciona un testimonio que da cuenta del modo en que se negociaron votos en la región de los Montes de María para favorecer a Álvaro García o a candidatos apoyados por él:

Don Antonio: ... Pa´ que vaya DON GONZALO cuando hable con ÁLVARO GARCÍA y le diga que le vamos a poner veinte mil, quince mil, treinta mil votos, pa´ tener ese punto de referencia como negociación, nada de recursos financieros, lo que llegue en el futuro... Perdona, perdona FREDDY, FREDDY, esta gente de MORRIS va completa con GARCÍA.

Freddy: Claro, por eso te digo...

Otro: Aquí van diez mil votos, viejo.... Ya sabemos que con TOÑO ya saben... y los demás van con nosotros y lo que podemos conseguir... pues disculpa, dánoslo a nosotros. Entonces vamos a definir. Sobre los de ÁLVARO GARCÍA, al alcalde le vamos a decir: Tú le vas a decir nosotros tenemos veinticinco mil, treinta mil votos...¹²¹.

Se mostró en el capítulo cómo el paso del campo a la ciudad impuso retos a la estructura política del grupo estudiado, generando dinámicas particulares en la forma de relación patrón –intermediarios y estrategias variadas y nada virtuosas de captación de votos de los patrones. El papel de “el corredor” en lo agrario lo asume el intermediario en la ciudad pero la lógica del patrón sigue siendo la misma.

El intermediario cobra relevancia en la ciudad debido a la alta demanda de votos impuesta por la competencia de patrones. Esta última afirmación se estudia con más profundidad en el capítulo que sigue.

¹²⁰ Expediente 32805. Ibid.

¹²¹ Testimonio tomado del Expediente 32805. Sentencia del 23 de febrero de 2010. Sala de Casación Penal. Corte Suprema de Justicia de Colombia.

CAPITULO IV. DE LOS INTERMEDIARIOS

1. ¿Quiénes son los intermediarios?

La complejidad de la ciudad hace que el clientelismo que se da en la ruralidad sea sustituido por un clientelismo más especializado, donde las relaciones son mucho más horizontales debido a que existe competencia entre diferentes patrones y los intermediarios tienen mayor demanda de votos de parte de los patrones.

Para Wolf el intermediario es *“la persona o el grupo que vincula distintos niveles de integración sociocultural (grupo domestico, comunidad, municipio, microrregión, entidad federativa, nación)”* y su función es *“vincular a individuos de orientación local que quieren estabilizar o mejorar sus condiciones de vida pero que carecen de seguridad económica y conexiones políticas, con individuos de orientación nacional, que operan prominentemente en el marco de patrones culturales complejos, estandarizados en forma de instituciones nacionales, pero cuyo éxito en estas operaciones depende del tamaño y fuerza de su grupo de adherentes personales”*¹²².

Para Auyero son *“figuras cardinales en la producción y reproducción de una manera “especial” de distribuir bienes y servicios y favores”*¹²³. Los intermediarios se comportan como políticos profesionales, que al decir de Weber son aquellos que *“viven de la política o que viven para la política”*. Son los actores principales en la relación de poder, en sus manos está tejer las relaciones políticas que unen al electorado con los patrones, con el fin de, en el mejor de los casos, mejorar las condiciones de vida de los clientes.

¹²² Wolf citado en Colbit Cruz, 1965.

¹²³ Auyero, Javier. La política de los pobres. Ed. Manantial. Buenos Aires. 1998.

Los líderes comunales generalmente tienen un grupo de clientes leales que votan por el candidato que los líderes le indican. Desde este punto de vista un cambio fundamental se da en la relación clientelista rural respecto de la relación clientelista urbana que consiste en el rompimiento cada vez más evidente del elector con el patrón político. Es el intermediario o “líder” quien mantiene las lealtades a través de su trabajo diario en la comunidad. Por su parte, al patrón sólo le corresponde mantener la lealtad de sus intermediarios a través de buenos incentivos.

A diferencia del “corredor” de la relación clientelar agraria tradicional antes descrita, en la cual estos mantenían un alto nivel de dependencia por los vínculos laborales sostenidos con la empresa, los intermediarios de la ciudad cada vez son más independientes respecto de su patrón, rompiendo la relación clientelar tradicional y resultando en la mayoría de los casos como patrones de su propios intermediarios.

Pero ¿Cuál es el papel real de los intermediarios? ¿Qué significan para la estructura clientelar?

Veámoslo a partir de los relatos que siguen:

1. a. Regando la matica. Sobre cómo sostener una relación clientelar

Pepe¹²⁴ líder de los García en Cartagena es quien mantiene los votos en el barrio La Candelaria, sector del populoso barrio Olaya Herrera, cuyas características más evidentes son la miseria de sus habitantes, las calles destapadas y condiciones de insalubridad, pues son zonas invadidas a orillas de la Ciénaga de la Virgen. Él intenta mantener la confianza de la gente en los políticos incumplidores, a través de pequeñas ayudas durante todo el año que le permiten contar con unos votos fijos el día de las elecciones.

¹²⁴ Pepe. Líder político del grupo. Noviembre de 2007.

Con base en la confianza, Pepe asegura los quinientos votos fijos que entrega a los García y aunque su subsistencia política no depende del grupo, Pepe les debe lealtad pues agradece la ayuda que este grupo le ha prestado. Pero su agradecimiento más sincero lo profesa a Marún Gossaín, desaparecido jefe político, de quien obtuvo un puesto en las Empresas Públicas con el que pudo pensionarse. *Afirma Pepe: “al grupo de los García llego por una contradicción en 1980 (sic)...Juan José era el suplente de Marún en el senado y Gabriel Antonio, suplente del mismo Marún Gossaín en el Concejo, ellos peleando una Secretaría que era la de Planeación que la estaba pidiendo Álvaro Benedetti que había votado por Marún, entonces, se la dieron a Juan José García y ahí hubo una división, pero Marún fue el que me consiguió mi puesto¹²⁵.”*

La lealtad de Pepe con el grupo se sustenta en la relación “cara a cara”. Sólo así sabe Pepe que los García cumplirán sus promesas. Un buen político, para líderes comunales como Pepe, *“es quien cumple”* los acuerdos y las promesas. Sin embargo, Pepe es consciente de la imposibilidad de cumplir de los candidatos con todas las promesas que hacen a sus electores debido a la reducción de los bienes de intercambio: *“la gente se ha puesto a decir que los García son esto y aquello, pero es que los últimos presidentes han reducido la burocracia y nosotros los pobres nos habíamos valido de la burocracia¹²⁶”*.

Pese a que los recursos para transar escasean, Pepe ayuda a su comunidad con pequeñas cosas de su propio bolsillo, de su pensión y de las ayudas en dinero que le da regularmente el grupo. Les lleva a sus vecinos “mercaditos” y algunas otras cosas que sabe le agradecerán siempre. Siguiendo la premisa de su jefe político Gabriel García Romero, Pepe *“siembra la matica”* haciendo pequeños pero constantes favores.

Dice Pepe: *“Gracias al Dr. Marún Gossaín que me consiguió un puesto, yo me pensioné y yo cada tres meses, busco algo para darle a la gente, yo no soy de esas personas que se pone a decir que la gente vota porque yo soy bonito o porque hablo bonito o porque digo o echo embuste mal echado” “...el 85% por no decir el*

¹²⁵ Pepe. Op cit.

¹²⁶ Pepe. Op cit.

90% de ahí (el barrio) es miseria, hay personas que de pronto necesitan que le saquen la muela, hay personas que necesitan que les dé la librita de arroz...”

“Sí, ellos necesitan algunas cositas, dice mi jefe Gabriel García se llama “sembrar la mata”. Quiere decir que si pasas la elección, usted empieza a visitar a la gente, empieza a sembrar la mata, para que cuando venga Senado y Cámara tenga donde pasar la sofocación o el fresco, como decimos nosotros...”

Pepe es consciente que ya en estos tiempos los liderazgos carismáticos son muy difíciles de sostener sin dinero, por eso atiende los requerimientos, así sean pequeños, de sus vecinos y electores. Pepe mantiene un libro de notas que llama: “Ha la jente ahí que darle algo (sic)”, título que evidencia su bajo grado de escolaridad pero un alto grado de astucia política. Con este cuaderno controla a quienes están con él y a quienes les ayuda: “Vea lo que dice aquí, esto se llama <a la gente hay que darle algo (Ha la jente ahí que darle algo), disciplina, conducta y estabilidad y auxilio de marcha>. Yo soy el presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, fiscal y vocal, para clarificar el camino de la victoria de la U...”

“Cuando yo le digo que a la gente hay que darle algo, ya usted tiene una idea, fíjate que a veces usted tiene esta blusita y le dicen, hombre cuanto le costó, y después cuando yo estoy en el mercado, entonces pienso: vamos a llevarle el suetercito a fulano porque lo necesita... pero a esta altura (en víspera de elecciones) ya no se le da nada a nadie, porque ya el líder hizo su trabajo...”¹²⁷

Resolver los problemas diarios de la gente genera para el líder el reconocimiento de su trabajo por parte de su comunidad, le da credibilidad ante futuros apoyos políticos y a los clientes les genera una relación de dependencia hacia los personajes que manejan el acceso privilegiado a bienes, que en el caso de Pepe son de primera necesidad, pues vive en uno de los barrios más pobres de Cartagena.

Pepe es un hombre sencillo y sincero. Dice: “..mi candidato me gusta llevarlo de frente, yo no soy tapiñero, ni me gusta esconderme de la gente” y se comporta como un patrón dentro de su comunidad. Él sabe con qué cuenta y cómo ayudar,

¹²⁷ Pepe. Op cit.

por eso la gente de su barrio y los alrededores votan con él cuando ha sido candidato, como cuando aspiró a ser edil de su localidad. Insiste en su relato condenando a “*los tapiñeros*”, refiriéndose a los líderes que están con el político que mejor les convenga, a los que no son leales con su patrón. Por el contrario, Pepe ha sido fiel a Los García desde que ingresó y está orgulloso de eso.

1.b. Deberle la vida al grupo.

María¹²⁸ al iniciar su relato afirma “*yo le debo la vida al grupo*”. Su trabajo allí empezó como empiezan la mayoría de estos líderes de barrio, con los votos del grupo familiar y por la necesidad de obtener un empleo o mantenerlo. Dice María: “*Entré trabajando con David Turbay, cuando era adolescente...yo ponía 50 votos, los doce votos de las personas que vivían en mi casa los multiplicaba por dos y ahí iba sacando la votación*”

“*Estuve 6 años con Turbay y en ese lapso estudié trabajo social en la Universidad de Cartagena...vivía de una corbata que me consiguió Turbay, me nombraron revisora de documentos en la Registraduría Nacional en Bogotá. Cuando eso tenía 18 años*”.

Con esta corbata¹²⁹ María pudo estudiar y salir adelante. Dentro del grupo logró subir su estatus de líder y ahora es una de las más cercanas a la senadora del grupo, aunque su lealtad la profesa por Juan José, “*Yo soy líder de Juan José*” dice, con quien ha estado en las buenas y en las malas “*yo soy como parte de la familia*”.

Esta cercanía de los patronos con sus líderes se ha traducido en disciplina política y electoral: “*el jefe político conoce y le cumple a sus líderes claves. Juan José conoce cada líder y le va abriendo espacio de acuerdo a la capacidad de ese líder*¹³⁰”

¹²⁸ María. Op cit

¹²⁹ Un cargo de corbata se le llama a los empleos en donde se devenga pero no se trabaja, se otorga para pagar un favor político.

¹³⁰ María. Op cit

Para sostener esa disciplina, dice ella, es necesario mentir porque *“a todo el que le ofreces no le puedes cumplir, tienes que idear una gama de ofrecimientos, pero se miente...y el que pone la cara es uno¹³¹”*. El nivel de lealtad la hace buscar las formas de mantener contento al electorado, aquí está la astucia de los intermediarios quienes reinventan sus formas de transar, de acomodarse a los bienes disponibles y de encontrar otras formas simbólicas de satisfacer las necesidades inmediatas de los electores.

Un recurso esencial de los intermediarios son los contactos, quienes pueden proveer acceso al poder y lugar en el intercambio. Los intermediarios utilizan recursos que ellos directamente no controlan¹³², por ello es más importante controlar la información que los recursos.

Pero la información como recurso no es accesible a todos los líderes, lo cual genera niveles de intermediación en la estructura que está determinada por el número de votos con los que cuentan. Dice María: *“hay diferentes clases de líderes: Líderes de gestión o de convocatoria, líderes de ideas, líderes de base y líderes de líderes. Por eso, a veces uno llegaba reclamando porque le daban una secretaria a Simancas, si él no había puesto votos, pero nos explicaba Juan José que hay ciertos personajes que se necesitan en puestos específicos, aunque no pongan votos¹³³”*.

Líderes como Simancas, quien fue Gobernador de Bolívar, podríamos llamarlo *líderes de ideas*, éstos son importantes en cuanto son funcionarios respetables para efectos de fortalecer el grupo hacia afuera. Por su lado, el *líder de convocatoria* es capaz de movilizar gran cantidad de gente sólo con su presencia. Estos podría decirse, están en un primer y segundo nivel. El *líder de líderes* es quien reúne dentro de su distrito a varios líderes de base y *el líder de base* es el líder de la comunidad o del barrio. Estos dos estarían en un tercer y cuarto nivel, respectivamente.

¹³¹ María. Op cit.

¹³² Kettering, 1988. Pág. 426

¹³³ María. Op cit.

María es una *líder de líderes*, su función es reunir la mayor cantidad de votos con otros líderes de menor jerarquía, que son los líderes de base, éstos pueden poner de 25 a 50 votos cada uno y generalmente son los votos de su cuadra y de su familia. Dice María: “*A mí me tienen mucha confianza y yo soy líder de líderes, yo llevo los 50 votos de cada líder de base y así puedo reunir un buen número de votos*”.

Por su parte, Pepe es un líder de líderes, pero su limitada educación no le permite estar más cerca del patrón, aunque sin ayuda sea capaz de poner más de 500 votos: “*La última vez que hubo elección por comunas, yo saqué la primera votación, 581, todos de la comuna 4...*” dice Pepe.

La estrategia del grupo es apoyar a los líderes con más votos, para que no se vayan con otros patrones. El apoyo consiste en dar mayor confianza y tener más cercanía con los electores. Afirma María “*los líderes también vamos subiendo de jerarquía de acuerdo a los votos y a la confianza que tenga el candidato en uno*¹³⁴”.

Mientras su Senadora considera que cumplir los compromisos políticos con sus líderes es lo que da fortaleza al grupo: “*...somos personas serias que cumplimos los compromisos, promovemos a la gente cuando hemos tenido participación política*¹³⁵”. Dicen que de los grupos políticos de Cartagena, la familia García ha sido quien más ha apoyado a sus líderes. Algunos intermediarios han empezado siendo líderes de base y gracias al apoyo económico del grupo han llegado, por ejemplo, al Concejo Municipal.

Alberto Bernal es uno de ellos. Llegó al Concejo de Cartagena como líder comunal impulsado por el grupo y en el gobierno de Gabriel García Romero fue nombrado Alcalde Menor de la zona suroccidental de Cartagena. Luego renunció al cargo para lanzarse al Concejo Municipal con el Partido Liberal al que salió elegido en 1995 y donde permaneció hasta el 2010 cuando se postuló a la Cámara de Representantes por el Partido de la U. No consiguió curul y en 2010 ganó la Gobernación de Bolívar.

¹³⁴ María. Op cit

¹³⁵ Piedad. Op cit.

Otro de los líderes impulsados por la familia García es Freddy Torres quien llegó a la Asamblea Departamental donde permaneció hasta 2007 cuando perdió su curul al no ser reelegido. Se inició como miembro de la JAC y de grupos juveniles del Olaya Herrera, barrio donde nació.

A través de la política, dice, logró conseguir su casa, su carro y mantener a su familia. Afirma Freddy: *“yo entro (al grupo) en el año 1988, mi primer voto al Senado se lo di a Juan José García Romero, después voté a la alcaldía por Gabriel García Romero y me quede trabajando con ellos como un líder comunitario, de barrio y ellos me dieron la oportunidad, y le agradezco a Dios y a ese grupo por ese trabajo que yo tenía en las comunidades y me apoyaron”¹³⁶*

1.c. Controlar recursos críticos y plantear reglas tácticas

Intermediarios como María y Pepe, se hacen llamar líderes de su comunidad ante el barrio y líderes de los García, ante el grupo. Como intermediarios del grupo, buscan maximizar su trabajo como captadores de votos; y como líderes de su comunidad, buscan resolver las necesidades prioritarias de la gente. Entre estos dos perfiles existe una tensión que en la mayoría de los casos se resuelve a favor del grupo, pues su trabajo y el de sus familiares dependen del éxito electoral. Por eso, María afirma: *“se miente...y el que pone la cara es uno”*. *“Poner la cara”* es el día a día de los intermediarios en la comunidad.

“Poner la cara” y mantener la confianza no es fácil, no sólo por la mala reputación de la política, sino también por la disminución de los recursos disponibles para transar. La reducción del Estado y la privatización de servicios públicos como la salud y la educación, han impuesto a los intermediarios el reto de idear nuevas recursos para transar. Debido a ello, es vital el manejo de la información sobre los recursos críticos¹³⁷ que ofrece el grupo, o mejor, diría Lomnitz, el éxito está *“en el*

¹³⁶ Fabio. Líder del grupo. Noviembre de 2007.

¹³⁷ Chubb, 1981. Op cit.

*buen uso de reglas tácticas para saber aprovechar los recursos de los cuales se dispone*¹³⁸.

María usa la información que posee el grupo para sostener su labor. Este privilegio se lo da la cercanía al patrón, a diferencia de Pepe, María tiene poder de gestión de recursos frente al patrón y sobre la información, con la cual identifica donde están los bienes disponibles para transar. Es ella quien sabe, por conducto de sus jefes, dónde están los recursos y cómo se puede acceder a ellos. Cuando hay oportunidades desde el gobierno central en las que puede haber posibilidad de acceder a recursos como becas, subsidios, micro-créditos y empleos, dice ella, es una de las primeras en enterarse.

En el caso de los patrones, la táctica es controlar la información sobre ciertos programas asistencialistas en los que el Estado entrega recursos. Por ello es importante mantener relaciones al más alto nivel con el ejecutivo.

Desde la jefatura del Partido de la U en Bolívar el grupo cuenta con el respaldo del Presidente de la República; y a través de sus líderes, utiliza los programas impulsados por el ejecutivo. Sus líderes en las comunidades apelan a la gestión de programas nacionales como Familias en Acción haciendo propios estos recursos que el gobierno nacional da a los ciudadanos. Esta es una táctica generalizada de los políticos y para muchos es oportunista, pero para los que están en la competencia por los votos es un arma exitosa. El esquema de tácticas depende de las conexiones que a nivel central y local se tengan. El siguiente cuadro muestra como se conforma funcionalmente el grupo desde el nivel local con los líderes de base hasta el nivel nacional.

¹³⁸ Lomnitz, Larissa. Redes sociales, cultura y poder. Ensayos de antropología latinoamericana. FLACSO. 1994.

Gráfica 2. Estructura jerárquica clientelar



El programa Familias en Acción ha sido objeto de denuncias¹³⁹ por ser utilizado por miembros del Partido de gobierno para presionar a los votantes ya inscritos. Esta es una iniciativa del gobierno nacional que entrega subsidios de nutrición a niños menores de siete años y un subsidio escolar a los niños entre 7 y 18 años pertenecientes al nivel 1 del SISBEN. Tal como está planteado, el subsidio consiste en otorgar a las familias un apoyo monetario directo a cambio del cumplimiento de compromisos por parte de la familia.

El programa asegura un subsidio nutricional por 12 meses y un subsidio escolar por 10 meses, los cuales se pagan cada dos meses¹⁴⁰. *“Los niños en edad escolar en lo que tiene que ver con control, reciben \$90.000 mensualmente y los jóvenes que estudian primaria reciben \$27.000 y los de bachillerato recibe \$50.000, entonces, si una persona tiene 5 hijos de los diferentes grados, está cogiendo un chequecito de mínimo \$100.000, si tiene un niño en bachillerato, si tiene en preescolar,*

¹³⁹ Mientras tanto, en el barrio El Pozón, de Cartagena, algunas familias denunciaron amenazas por parte de los funcionarios del gobierno distrital, quienes les advirtieron que si no votaban por un candidato les retiraban el subsidio. *Semana.com. Familias en Acción y SISBEN por votos. 06/05/2008 y votebien.com. 12 de octubre de 2007*

¹⁴⁰ Página de Acción Social- Presidencia de la República. <http://www.acci.gov.co>

primario y bachillerato está recogiendo hasta \$500.000 y eso alcanza para un buen mercado, para comprar los útiles escolares, uniformes, entonces, la calidad de vida le ha cambiado a muchísima gente aquí¹⁴¹”.

Según María¹⁴², con ese programa el grupo ha sacado muchos votos en El Pozón, barrio donde se inició el programa presidencial pues los “líderes” aprovechan el temor de los subsidiados a perder esa asistencia social para conseguir estos votos. Aunque la mayoría de los líderes del barrio saben que el programa es nacional, los líderes del grupo dicen que llegó al barrio gracias a la senadora Zuccardi, quien tenía un fuerte vínculo con el presidente de entonces, Alvaro Uribe. *“Casi todos los proyectos de la Presidencia de la República los ha traído la senadora Piedad Zuccardi”* dice Luis, uno de los líderes de El Pozón que trabaja para los García.

Pero otro líder del barrio ante tal afirmación replica: *“Hasta donde yo sé ese un programa de Acción Social que maneja la Presidencia de la República, lo que pasa es que aquí habrán algunas personas que malinterpretaran el programa para beneficiar en cierta forma a algunos candidatos... Si la gente ignora de donde vienen las cosas, aquel que tiene idea del programa trata de pescar en río revuelto...”*¹⁴³.

Los intermediarios por su lado, también utilizan la información sobre el SISBEN como pequeños bienes para transar con los clientes, prometen ubicarlos en el nivel 1 del SISBEN para que puedan acceder a los programas de asistencia que vienen desde el ejecutivo. El recurso es la información sobre el SISBEN, el medio es la promesa.

Otra forma de obtener votos para el grupo ha sido a través de Coosalud, una cooperativa que presta servicios de salud bajo la forma de ARS (Administradora de Régimen Subsidiado) y ayuda a los asociados en actividades productivas como cooperativas. Nació en la zona suroriental de Cartagena, en los barrios El Pozón y Olaya Herrera y ha permitido tener una base electoral muy amplia. Un miembro de COOSALUD nos dice: *“Nosotros le armamos los proyectos y buscamos la forma*

¹⁴¹ Luis. Líder de los García en el barrio El Pozón. Agosto de 2007.

¹⁴² María. Op cit.

¹⁴³ Anibal. Líder del sector San Nicolás del barrio El Pozón. Agosto de 2007.

de que ellos financien con una parte sus proyectos y nosotros le hacemos la diligencia para que por otra parte los bancos y las fundaciones, le hagan los préstamos necesarios...a través de un fondo micro-empresarial que tenemos, le prestamos que si los 200, los 300 mil pesos, sin intereses, nosotros se lo entregamos y ellos nos lo deben devolver como si fuese un capital semilla¹⁴⁴”.

Con esta empresa, uno de los líderes del grupo, quien hace parte de sus directivos, logró tener un capital social base para sus aspiraciones políticas. Fue diputado en 2008 de la Asamblea departamental “...nosotros trabajamos con la base de cooperados de la empresa, es decir, los cooperados que nosotros sabemos que son ochocientos y pico y ya nosotros le decimos a ellos, son 800 y pico, cinco votos por asociado, ya son cinco por ocho cuarenta, nosotros partimos de la base de 4.000 votos de Coosalud que esos están ahí, esos no pelan¹⁴⁵”.

Otra táctica utilizada últimamente por los candidatos es la captación de recursos a través de fundaciones sin ánimo de lucro y organizaciones no gubernamentales, las cuales le permiten contar, por ejemplo, con recursos de cooperación internacional y otros estatales para proyectos de asistencia e intervención a población vulnerable, las cuales se traducen en trabajo político y votos.

Esta forma de reinventar los bienes para transar dan oxígeno a las viejas estructuras clientelistas, que por la reducción del Estado cada vez tienen menos cargos públicos para satisfacer el creciente número de electores. Y los cargos con los que aún cuenta, se reservan para los intermediarios que tienen un mayor estatus en la red.

La escasez de cargos también se atribuye a que en las últimas elecciones la Casa García no ha podido sacar su candidato a alcalde o a gobernador, debido probablemente, como ellos mismos afirman, a la competencia que hay actualmente en la ciudad por los puestos de elección popular. Dice Piedad “...yo no tengo cuota burocrática, ni tengo representación en la alcaldía y gobernación desde hace 12 años, porque nos tocó una etapa de transición y también nos tocó una

¹⁴⁴ Fabio. Op cit.

¹⁴⁵ Fabio. Op cit

competencia dura a nivel local, que no nos ha permitido ganar gobernación, ni alcaldía...Desde que fue Gabriel Antonio García alcalde, no hemos vuelto a tener alcaldía, entonces, tú te preguntas cómo hace Piedad para sostenerse en el Senado sin alcaldía y sin gobernación, es con trabajo, trabajo y trabajo¹⁴⁶”.

Por esta circunstancia otra de las estrategias utilizadas ha sido pedir al candidato alcalde “*respetar una nómina*” a cambio de seguir llevando proyectos a la ciudad, tal como lo afirma María al referirse a las alianzas que hace el grupo con el alcalde o el gobernador elegido. Esta alianza con el vencedor le permite al grupo seguir contando con cargos claves en el gobierno local. María por ejemplo, fue jefe de contratos de la gobernación a pesar de que el gobernador de ese entonces no era del grupo. Ella afirma que fue posible por el acuerdo previo de “*respetar una nómina*”. En ese cargo pudo manejar información importante respecto de los puestos que se podían negociar para cumplir a los intermediarios.

Este tipo de alianzas clientelistas también se hacen con los concejales a cambio de apoyo económico. Los elegidos deben reservar algunos cargos de las Secretarías asignadas para el grupo, lo cual le permite a su vez negociar con el Alcalde de turno: “*se hacen alianzas con los concejales donde se negocian puestos de las Secretarías. Por ejemplo, la Secretaría de Educación es la más peleada por el presupuesto que maneja y los puestos que se pueden negociar¹⁴⁷”.*

Cuadro 9. Bienes de intercambio antes y después de la Constitución de 1991.

Bienes de intercambio antes de la Constitución de 1991	Bienes de intercambio después de la constitución de 1991
Auxilios Parlamentarios	Sistema General de Participaciones
Burocracia	Subsidios (salud, asistencia social)

¹⁴⁶ Piedad. Op cit

¹⁴⁷ Juan, ex miembro del grupo.

Compra de votos (diversos bienes de consumo privado)	Compra de votos (dinero especialmente)
Obras públicas	Contratos

1.d. La clave es el control

Existe una escala de valores en la política real que se evidencia en el análisis del clientelismo político. Para los actores de nuestro estudio, el ejercicio real de la política equivale al éxito electoral, por ello, para lograr salir elegido se necesita más que programas o buenas intenciones.

La época pre-electoral se convierte en toda una muestra de negociación del voto. Juan, un ex líder del grupo, contó cómo se hacía el trabajo electoral en algunos casos: *“La clave está en el control”*. El primero de los pasos es ubicar a los electores en un mapa físico para identificar el potencial de compra de votos, luego *“se hace un mapa de Cartagena donde los barrios tienen diferentes colores: en los verdes se tienen los votos asegurados, por ejemplo Olaya y El Pozón, ahí se sabe que se compran los votos fácilmente...”*

En los amarillos, la votación es complicada por lo que hay que trabajar más y estar pendientes el día de las elecciones, por ejemplo, Nelson Mandela es amarillo a pesar de ser muy pobre...en rojo están los barrios difíciles como los de clase media y alta, por ejemplo, Bocagrande¹⁴⁸”.

Cada vez más desaparecen las lealtades y se privilegia la compra-venta del voto. Por ello, la demarcación de zonas en función a la propensión a la compra-venta es eficaz para controlar a los electores y los intermediarios. La clave es el control: *“Antes se controlaba con las papeletas. Ahora lo primero que se hace es zonificar a la gente. Yo consigo mi certificado que zonifiqué, que tengo mi gente allí y el día de las elecciones tengo que llevar a la gente. Aunque eso se comprueba es en la Registraduría, quien votó y quien no votó. Es que el político no puede hacer*

¹⁴⁸ Juan. Ex miembro del grupo García. Marzo de 2007.

control enseguida así que toca estar adentro, nos ponen a los líderes y personas de confianza como testigos electorales y ahí hacemos el control. Como muchos conocemos a los que zonificamos sabemos quién voto y quién no...con el tiempo con sicología también se aprende a identificar quién te cumplió y quién no¹⁴⁹”

La inscripción de las cédulas las venden algunos intermediarios, algunos la venden desde \$5.000, decía una denuncia de uno de los periódicos locales de Cartagena, *“...hay más de ocho candidatos que se consideran pesos pesados y que vienen de esta escuela. Para mostrar la gravedad del problema, se sabe que el voto ya se paga por adelantado desde el momento de la zonificación de los votantes, las denuncias que hubo en el mes de mayo, en el sentido de que en los diferentes puestos de votación de la ciudad se pagaba a cinco mil y hasta diez mil pesos las inscripción, nos muestra lo que ocurrirá el 28 de octubre¹⁵⁰”*.

En este tipo de clientelismo, llamado de mercado por autores como Dávila y Delgado¹⁵¹, están en juego no sólo los intereses electorales de los patrones sino también los intereses particulares de los intermediarios, quienes han obtenido con mucho esfuerzo cierto estatus en la red y a través de esta estrategia logran *“mantenerse o desaparecer¹⁵²”*. Si la votación decae y no cumplen el número de votos prometido, se pierde el terreno ganado, por eso la constante lucha entre los que pudieron entrar a la red y los que pretenden entrar a ella.

Esa tensión se evidencia el día de las elecciones. Los líderes también son controlados. Aparecen por colores en el mapa, por eso afirma Juan: *“hay líderes de alta fidelidad al que le sueltan el dinero de una y cotejan hasta el día de las elecciones, hay líderes de mediana fidelidad al que le ponen controles en los puestos de votación, hay otros líderes que son de baja fidelidad, que le dan un presupuesto no muy grande, para que zonifique con las cédulas el día de las elecciones¹⁵³”*

¹⁴⁹ María. Op cit.

¹⁵⁰ El Universal. Comprando votos. Viernes 27 de julio de 2007.

¹⁵¹ Dávila y Delgado. Op cit.

¹⁵² María. Op cit.

¹⁵³ Juan. Op cit.

Los líderes de menor jerarquía siguen siendo controlados el día de las elecciones por otros líderes de mayor jerarquía y éstos a su vez, son controlados por el patrón: *“el testafarro está ahí y sabe cual persona falló y cual no”* dice Juan refiriéndose a los líderes que controlan. Otro modo de control es la corrupción de los jurados de votación, quienes al terminar la jornada electoral depositan las tarjetas no marcadas a favor de un determinado candidato. Ese mismo día también se da la famosa “compra de votos” que se controla a través de la entrega al comprador del certificado electoral. *“Ese día también se consiguen votos ‘fresquecitos’ ‘que son los que se compran el mismo día...es que sin recursos no hay votos. Esos dineros los tiene el líder previamente para repartirlo ese día¹⁵⁴”*.

Estas prácticas que se aprenden al interior de las estructuras electorales, desaniman a nuevos competidores que no poseen recursos, lo cual hace a la dinámica clientelar autoreproductiva. Juan por ejemplo, entró con una visión de la política muy diferente a la que ahora tiene: *“ingresé a la política con Adelina Covo de Guerrero, en la campaña Samper Presidente. Luego me lancé al Concejo pero tuve que adherirme a la campaña de Curi y Raad para poder financiar mi campaña. Nos dieron un dinero que decidimos invertirlo en una escuelita en Nelson Mandela...con eso creímos tener los votos de la gente...pero la gente nos pedía “el auxilio” el día de las elecciones, y nosotros les decíamos: ¿no ven que aquí les construimos la escuelita? ... el día de las elecciones Argemiro llegó y se llevó a los electores en un bus ofreciéndoles \$20.000 ¹⁵⁵”*.

El intercambio de votos por dinero no es esencialmente diferente al intercambio por una botella de ron, un mercado o la pavimentación de una calle. Todas son formas de desdibujar el ejercicio del voto libre y la democracia representativa. Sin embargo, para varios votantes con quienes hablamos, dar el voto a cambio de dinero es una conducta que podría ser reprochable, incluso la identifican como “clientelismo”, pero la diferencian de otro tipo de dádivas como mercados o el arreglo de una calle, que para ellos, no son igual de reprochables.

¹⁵⁴ María. Op cit.

¹⁵⁵ Juan. Op cit.

Se ha descrito hasta ahora cómo funciona una estructura política clientelar desde arriba a través de la observación del grupo político denominado la “Casa García” con sus patrones y sus intermediarios; y desde abajo, se observó cómo los “líderes de la comunidad” que sirven de intermediarios a los políticos de turno, sostienen la relación clientelar. Algunas veces de manera estructurada a través de organizaciones comunales y otras veces desestructurada, con el mercado de compra-venta del voto.

Estas reglas y tácticas se han desarrollado dentro de un contexto social en el que se privilegia el amiguismo y la recomendación, que podrían considerarse como instituciones informales que vigorizan el clientelismo. Pero con la apertura de la competencia electoral ha sido cada vez más visible el voto a cambio de dinero, la manera más utilizada en Cartagena para ganar elecciones. Aunque esta conducta podría delimitarse a una conducta meramente corrupta, el intercambio de favores la ubica como una conducta clientelar. En este sentido, habría que preguntarse si al dejar de lado la relación personal, como ocurre en el caso de la compra-venta de votos, acaso no se está desvirtuando el vínculo “cara a cara”, la lealtad entre patrón y cliente y las relaciones de confianza, que caracterizan al clientelismo político.

Esta connotación de práctica clientelista que se da a la compra-venta del voto podría ponerse en duda, aun más, si entendemos que son aceptadas como legítimas las transacciones que contienen favores a cambio de votos y no las transacciones que contienen dinero a cambio de votos. Parece una distinción vana pero da pistas sobre la manera como se insertan los imaginarios en la cultura política. Esto supone que “vender el voto” es reprochable socialmente, por lo cual, no constituiría una práctica clientelista, en cambio, intercambiar un voto por favores u otro tipo de bienes es una práctica socialmente aceptada. Diría Scott que “*la transacción de bienes no constituye en sí misma clientelismo, sino la creencia en que esa acción es legítima*”¹⁵⁶.

¹⁵⁶ Scott James, “¿patronazgo o explotación?”, en Gellner Ernest y otros. 1986.

Dentro de la cultura política el intercambio de favores por votos se entiende como una “ayuda” que el político da a la comunidad “...ellos nos colaboraban voluntariamente con lo del relleno, y nosotros le colaborábamos voluntariamente dándoles el voto, no era como hoy en día que eso es base de mucho “tramuyo”, antes uno daba democráticamente el voto, y ellos democráticamente le ayudaban a uno...¹⁵⁷”, decía un líder en El Pozón.

En esta misma lógica algunos “líderes” enfrentan un dilema moral entre ser parte de la red clientelar y tener que sobrevivir comprando votos para el patrón, o entre liderar intereses de la comunidad a diario. Frente a ello Wilberto dice insistentemente: “*mucha gente negocia a través de dinero, yo la verdad nunca he negociado por dinero, yo si he recibido plata de los concejales pero nunca se las he pedido, nunca he exigido dinero, pero si lo hecho netamente para un apoyo para un cargo público, pero nunca he recibido plata, nunca le he comprado el voto a nadie...*¹⁵⁸”

Intercambiar votos por dinero es una actividad impersonal sin contenido diferente a la transacción comercial. Para autores como Lomnitz, el intercambio de cargos y cualquier otro tipo de bien son una “*auténtica redistribución, mientras que el intercambio de votos por dinero hace parte de un intercambio de mercado*”. La redistribución llega a ser una “*expresión de solidaridad para la supervivencia del grupo*”¹⁵⁹, dice la autora, es un modo de resolver las necesidades tanto privadas como colectivas, mientras que intercambiar votos por dinero, hace parte de una relación propia del mercado y nada tiene que ver con los lazos construidos de parentesco o de vecindad.

Si se acepta esta posición, en el barrio El Pozón es cada vez más evidente el tránsito del clientelismo que Lomnitz llama de *redistribución* al intercambio de mercado. Para la autora, el tránsito de ese intercambio tiene que ver con la distancia social: “*conforme aumenta verticalmente la distancia social cruzando las fronteras de clase, el padrinazgo pierde su carácter interpersonal y se convierte en un pago o*

¹⁵⁷ Alberto. Ex líder del barrio El Pozón. Agosto de 2007.

¹⁵⁸ Wilberto. Op cit.

¹⁵⁹ Lomnitz, 2002.Op cit.

intercambio de mercado". En el caso estudiado, la distancia social entre patrón y cliente ha aumentado, hasta el punto del desconocimiento del votante sobre la persona por la que vota. Es el intermediario el que se encarga de llenar de contenido la transacción. Realmente, el voto se le da al intermediario, no al candidato.

"La política es un negocio donde los politiqueros se roban los recursos públicos, es una manipulación y un engaño donde prometen e incumplen y donde nosotros vendemos nuestra conciencia¹⁶⁰" dice un habitante del barrio. En general, los líderes entrevistados fueron conscientes de su propensión a la compra del voto. En ese sentido Wilberto afirma: *"acá no hay cultura política, de pronto sí cultura electoral, que es si tú me pagas el voto o me consigues algo por el voto, yo te voto, ya esa es una tradición de que no creen en nada, dame ahora porque tu después no vas a hacer nada¹⁶¹"*

Con lo dicho, el clientelismo de mercado está cada vez más vigente en las estructuras clientelares. Los intercambios que antes conllevaban una carga de agradecimiento y lealtad, aunque no cumplieran con el requerimiento universalista de ese ideal político democrático, proveía de sentido la estructura política, al menos para quienes estaban en la relación clientelar. Se resalta, sin embargo, que en el grupo estudiado la lealtad sigue siendo central al momento de sostener las votaciones, esto hace al intermediario fundamental al momento de estudiar el clientelismo político en esta estructura. Lo que sigue en el análisis se centrará en el barrio como lugar de reproducción de la dinámica clientelar en cabeza del intermediario, principalmente.

¹⁶⁰ Mario. Habitante de El Pozón. Agosto de 2007.

¹⁶¹ Wilberto. Op cit.

CAPÍTULO V. LOS CLIENTES. CLIENTELISMO EN EL BARRIO¹⁶²

En el barrio El Pozón los intermediarios ocupan un papel central en las redes comunitarias y vecinales. Mientras que los clientes sólo existen como tales en relación con estos intermediarios dado su débil o inexistente relación directa con el patrón. Los habitantes del barrio lo han construido a partir de demandas de todo tipo que han venido evolucionando desde unas de tipo rural hasta otras de tipo urbano frente a los retos y obstáculos que imponen las necesidades del barrio. El barrio supera lo meramente espacial, pues en él construyen quienes lo habitan, su vida diaria y sus identidades frente a lo privado y lo público.

El modo en que se construyó el barrio El Pozón y las relaciones políticas que se configuraron a partir de esa construcción, crearon redes que imprimieron ciertas lógicas a lo simbólico político de esa comunidad. En este caso, se entiende la afirmación de Lomnitz quien considera que *“el predominio de unas redes sobre otras dan el carácter a la cultura política”*¹⁶³. En este sentido, se pregunta en este capítulo si ¿las relaciones clientelares conforman redes capaces de superponerse a los otros tipos de redes sociales y así configurar una cultura política con rasgos clientelares?

Para iniciar, y dado que apelaremos durante el desarrollo de este capítulo al concepto de comunidad, es necesario precisar que la comunidad se hace concreta en el barrio y supone una construcción colectiva de identidades e imaginarios. El

¹⁶² “La primera vez que visité El Pozón, recuerdo que tuve la sensación de desesperanza que es recurrente en una persona regular frente a situaciones de pobreza extrema, para entonces tenía 10 años y visitaba a uno de mis tíos, que había logrado allí levantar su casa de material y vivía con sus dos hijos y su mujer, solo eran las paredes y el techo y aún así su situación era mejor que la de muchos de sus vecinos. Hoy 15 años después cuando regreso, encuentro la misma casa con sus paredes de material un poco más viejas por supuesto y con un color azul verdoso, por dentro estaba como la recordaba, las calles también eran las mismas, empedradas y con un relleno de tierra amarillosa, aunque ahora contaba con sus andenes, aún era difícil transitarlas en invierno. En general el barrio había crecido y mejorado, la calle principal estaba ahora pavimentada, muchas tiendas, una ruta de bus, un puesto de salud, un nuevo colegio evidenciaba el paso de algún grado de desarrollo”(Apreciación del barrio: la autora)

¹⁶³ Lomnitz, 1994. Op cit.

término es polivalente y en el discurso de los líderes, comunidad es sinónimo a barrio.

La construcción diaria de representaciones e identidades se hace en la comunidad e indefectiblemente a través de redes sociales existentes en el barrio, en donde se crean, tramitan y transmiten.

En la mayoría de los barrios de invasión de las ciudades que han crecido hacia el interior del territorio, se ha fundido en algún momento lo urbano con lo rural y los rasgos de ambos mundos quedan en el imaginario que se ha creado sobre la construcción de ese territorio. Diría Perea que *“la imaginería comunitaria, no obstante, traslada sus arsenales de la vida rural a la urbana. Lo hace mediante un mecanismo de reemplazo: la ligazón antaño provista por el parentesco es sustituida por la identidad con el lugar de residencia.”*¹⁶⁴.

En el caso de El Pozón, desde la creación del barrio se crearon redes de apoyo mutuo que generaron procesos colectivos fuertes y lazos de parentesco y de solidaridad entre las familias que llegaron a ocupar el territorio. Muchas de esas redes utilizaron, como veremos, intercambios clientelares que lograron catalizar la acción colectiva de la comunidad en función de la consolidación del territorio. Pero más allá de ello, el barrio se construyó en torno de algunos intercambios clientelares que actualmente, podría decirse, hacen parte de su imaginario colectivo.

1. El barrio en la ciudad

Cartagena es una de las ciudades intermedias más importantes de Colombia, con un turismo cultural y de negocios en ascenso, puerto comercial y un comercio interno basado en servicios; sin embargo, es una de las ciudades más desiguales de

¹⁶⁴ Perea, Carlos Mario. Comunidad y resistencia, poder en lo local urbano. En *¿Qué nos une?* Ed. IEPRI_La Carreta, Bogotá, 2009.

Colombia. En 2004, el ingreso del habitante más rico era 176 veces mayor al del más pobre y en 2005, el ingreso de los pobres se contrajo 34 %, mientras que el de los más ricos creció 1%. Además, el 90% de los pobres locales tiene alta probabilidad de permanecer en esa condición y el 30% de los no pobres está en el filo de la pobreza¹⁶⁵.

Cuenta con aproximadamente con 893.000 habitantes¹⁶⁶ y su participación del PIB nacional es del 3.91%. Es la capital del departamento de Bolívar, el segundo departamento en mayor participación de la Costa Caribe luego de Atlántico. El sector servicios es el que más aporta al PIB de la ciudad con un 39,02%¹⁶⁷.

Con el crecimiento de la economía en Cartagena en las últimas décadas, representado principalmente en el auge de la construcción, se habla de dos cartagenas: la de la pobreza y la de la riqueza. Ésta última ubicada en el perímetro más cercano al centro histórico de la ciudad y la otra en la periferia. Un adentro y un afuera que nos muestra una dicotomía entre el barrio y la ciudad muy propia de la modernidad, desde la cual se marcan perspectivas sociales y políticas particulares y se construyen identidades diversas.

El barrio aparece como el otro yo de la ciudad, en el caso de Cartagena es el afuera, es la marginalidad y en muchos casos la miseria. En este sentido, en la localidad 2 llamada “De la Virgen y Turística”, a la que pertenece El Pozón, el 82% de los habitantes se registran en el Censo dentro de la categoría de Pobreza por NBI y el 42,5% en la de Miseria por NBI, el 30.6% tiene una vivienda inadecuada (pisos de tierra) y el 77.5% una vivienda con carencia de servicios básicos (sin acueducto y alcantarillado). Así, Cartagena frente a otras ciudades del país, tiene un nivel de necesidades básicas insatisfechas y un nivel de ingresos comparativamente muy alto. El 20.29% de sus habitantes están por debajo de la línea de pobreza mientras que el promedio nacional es de 13.77%¹⁶⁸.

¹⁶⁵ Grupo de Investigación en Pobreza, Equidad y Desarrollo de Capacidades Productivas

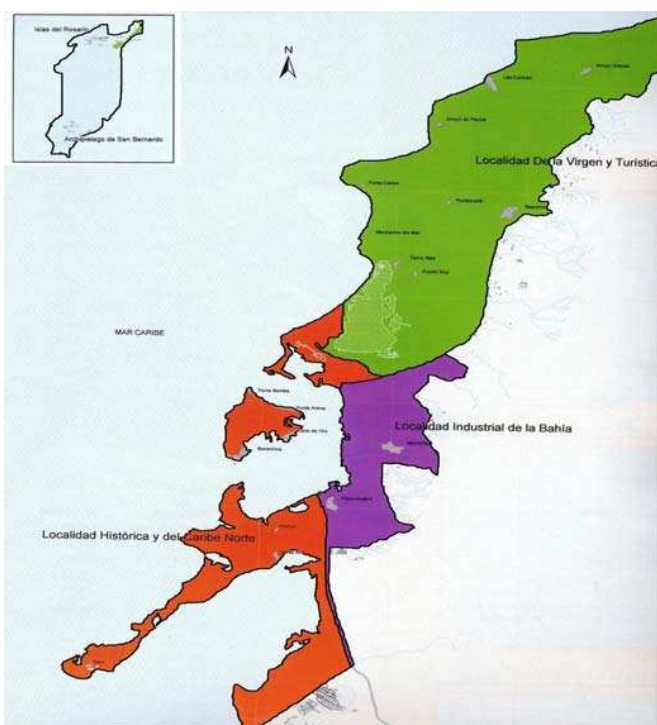
¹⁶⁶ Dato del censo 2005. DANE

¹⁶⁷ Proexport Colombia. Panorama económico Cartagena Bolívar
<http://www.intellexport.com/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=7016&IDCompany=16>

¹⁶⁸ Pérez, Gerson y Salazar, Irene. La pobreza en Cartagena: un análisis por barrios. Documentos de trabajo sobre economía regional. Banco de la República. 2007. Pág.30.

En la localidad 2, según el último censo nacional, 12.895 viviendas son estrato 1 lo que corresponde al 90% del total de las viviendas de la localidad. El 12,5% no tienen ningún grado de escolaridad, el 51,7% tienen sólo el nivel Primaria y el 35% tienen nivel Secundaria o Media. En cuanto a la cobertura de servicios públicos, el 99,5% actualmente tiene energía, el 87,4% acueducto, el 25% alcantarillado, el 55% recolección de basuras y el 60% gas natural.¹⁶⁹.

Gráfica 3. Mapa de las localidades de Cartagena



Fuente: Documentos de Trabajo sobre economía regional. La pobreza en Cartagena: un análisis por barrios. Banco de la República. 2007.

¹⁶⁹ Datos Proyecto Cartagena como Vamos, a su vez, tomados del Censo 2005

Cuadro 9. Datos de las localidades de Cartagena¹⁷⁰

Características	Histórica y del Caribe Norte	De la Virgen y Turística	Industrial de la Bahía
Población Urbana	368.242	301.367	329.854
Rural	20.247	33.016	17.029
Total	388.489	334.383	346.883
Población Nivel 1	122.160	230.200	131.307
Nivel 2	92.405	56.095	73.029
Nivel 3	17.285	2.907	9.697
Nivel 4	112	7	15
Nivel 5	1	5	21
Total	231.963	289.214	214.069
Hospitales Nivel 1	31	11	10
Nivel 2	45	6	11
Nivel 3	1	0	0
Total	77	17	21
Iglesias	33	18	25
Universidades	26	0	4
Estaciones de servicio	26	0	4
Canchas deportivas	92	50	57
Centros comerciales	17	3	3
Estaciones de bomberos	2	0	1
Estaciones de policía	4	1	1

¹⁷⁰ Documentos de Trabajo sobre economía regional. La pobreza en Cartagena: un análisis por barrios. Banco de la República. 2007.

CAI	8	8	4
-----	---	---	---

2. De campesinos a ciudadanos

Como muchos barrios de invasión, El Pozón nació de una acción colectiva, que respondía a lo que para ese entonces era una preocupación de miles de campesinos colombianos: la tierra. Así, su momento fundacional está ligado al proceso nacional de toma de tierras que impulsó la ANUC en todo el país, en este caso, a través de la línea Sincelejo de esa organización, subcomisión que correspondía a la región Caribe de Colombia.

Aunque no se trató de una acción colectiva puramente campesina, muchos elementos de la ruralidad estuvieron presentes como parte fundamental de su éxito, dado que sus miembros eran, además de campesinos de los municipios circunvecinos de Cartagena, obreros de Cartagena y ciudadanos sin posesiones.

La Asociación Nacional de Usuarios Campesinos –ANUC- representó para el país el único caso en que una organización integró las demandas de los diferentes sectores del campesinado y logró crear una resistencia real al modelo terrateniente imperante en el sistema económico colombiano. Su objetivo era resolver de manera efectiva la llamada “cuestión agraria”.

En la Costa Caribe se dio más del 50% por ciento de las invasiones de tierra durante el período de más fortaleza de la organización como consecuencia de la alta concentración de la tierra. Según Zamosc, en 1969, año de promoción del movimiento, en Bolívar se habían empezado a tomar las franjas de baldíos creados por la desecación de las ciénagas¹⁷¹. La creación de El Pozón justamente se ubicó dentro de estos procesos nacionales, con la toma de terrenos dejados por aluvión de la Ciénaga de la Virgen en la zona del corregimiento de Bayunca, a escasos kilómetros de Cartagena.

¹⁷¹ Zamosc, León. La cuestión agraria y el movimiento campesino en Colombia. Instituto de Investigaciones de las Naciones Unidas para el Desarrollo- Centro de Investigación y Educación Popular- CINEP. 1987. Pág. 130.

Fue un 4 de febrero de 1969. En la memoria oral de los habitantes del barrio se registra: *“el día 4 de febrero aquí nos reunimos 200 personas, hombres todos, a trabajar y le caímos a la tierra, aquí en esta parte donde estamos conversando, pero no alcanzamos a invadirla, a trabajarla, duramos aquí 3 días, teníamos que buscarle la solución a la alimentación que no era muy fácil... ya después los que nos habían ayudado a recuperar la tierra se fueron y no quedamos sino 56 campesinos aquí, puros hombres porque no nos atrevíamos todavía a traer a la familia¹⁷²...”*

“Vino hasta gente de Bogotá, porque el día que tomaron El Pozón, la ANUC hizo una toma a nivel nacional, si no estoy mal, fueron 121 predios que ese día la ANUC tomó en todo el país, fue una toma simultánea que ellos llamaron una Jornada de recuperación de tierras a nivel nacional¹⁷³”.

La acción colectiva de la toma de tierras, bajo el respaldo por un lado de la ley 135 de 1961 (ley de reforma agraria) y por el otro, la protección del INCORA, fue apoyada por los campesinos de los municipios circunvecinos como parte de la estrategia nacional de recuperación de tierras. Luego, siguió la retirada de estas personas y comenzó el largo proceso de resistencia al desalojo para los que se quedaron. Los 56 campesinos que quedaron en estas tierras iniciaron una asociación formal constituida por las familias que llegaron al territorio posteriormente. Alrededor de 300 personas se asociaron para formar la Vereda de El Pozón.

Estas personas, a su vez trajeron a otros campesinos incentivados por la producción de arroz, producto que se daba bien en tierras de bajamar o de aluviones como éstas, bastante frágiles para otros cultivos por su consistencia geológica. El arroz era vendido de manera informal a las grandes arroceras, *“lo llevaban en cáscara, cultivaban para pan coger y también vendían algunos sacos de arroz durante la cosecha a las grandes piladoras, como La Neri, Arroz Cartagena”*. Esto les permitía sobrevivir y hacer algunos intercambios de otros

¹⁷² Vicente Salas, fundador del barrio y último sobreviviente del suceso de la toma de tierras. Agosto de 2007.

¹⁷³ Wilmer Mattos. Líder del barrio y escritor. Agosto de 2007.

productos con comunidades circunvecinas y con la misma gente de la ciudad de Cartagena.

La vocación agrícola de El Pozón se fue perdiendo debido a las frecuentes inundaciones que dañaban las cosechas, generando muchas necesidades que los líderes campesinos ya no pudieron suplir a través de la organización campesina. *“Rara vez salía una cosecha buena porque el agua la arruinaba”*. En el año 1972 ocurrió una fuerte inundación que acabó con todos los cultivos, lo cual llevó a la quiebra a muchos campesinos. Estas calamidades naturales fueron debilitando lentamente la organización campesina, la cual ya había sido permeada por nuevas familias no campesinas que de alguna manera eran ajenas a las luchas iniciales. Dice Vicente: *“mire, la gente que se le medía a esas cosas eran los campesinos, el que no es del campo no tiene los sufrimientos del campo porque no conoce el campo”*¹⁷⁴

Muchos inconvenientes hacían costosa la acción colectiva, pues no solo debían afrontar el problema de las inundaciones, sino también el de la ilegalidad y de las amenazas de desalojo por parte del propietario y de las autoridades. Explica Wilmer, *“vinieron los desalojos, Ramón Rodríguez logro hacer varios procesos para desalojar a la gente, y el campesinado no quiso entregar la tierra porque tenían la esperanza de algún día poder quedarse con ella, porque habían unos contratos o algo así con el INCORA de que al cabo de cierto tiempo ya la tierra pasaba a propiedad de los que estaban cultivando... de todos modos a Ramón Rodríguez le indemnizaron la tierra, cuando ya esto era un barrio...”*¹⁷⁵.

Los habitantes llamaron la atención del Estado, cuya primera intervención fue el desalojo de los primeros habitantes, sin embargo la presión de la comunidad logró hacer desistir la acción de desalojo: *“...el gobernador previendo que se le fueran a tomar la Gobernación tanta gente pobre de toda esta zona suroriental apoyando El Pozón... El gobernador decía: yo prefiero a Ramón Rodríguez Gómez y no enfrentarme a 80.000 personas que están en la zona suroriental, yo me basto con este solo, pero no con las 80.000 personas...”*

¹⁷⁴ Vicente Salas. Op cit.

¹⁷⁵ Wilmer Mattos. Op cit

Todos los elementos mencionados terminaron por acabar la organización campesina, pero en reemplazo se propuso crear la Junta de Acción Comunal que se anunció como momento fundacional del barrio El Pozón, el día 8 de julio de 1977. La JAC les permitiría no sólo ser reconocidos como barrio de Cartagena, salir de la ilegalidad y canalizar auxilios del gobierno, sino también mejorar las condiciones de insalubridad del territorio.

El barrio creció presionado por las amenazas de desalojo, por ello se utilizó como estrategia convocar a familias de Cartagena y municipios aledaños con una oferta de tierra gratuita. Dio resultado, y llegaron muchas familias que rápidamente conformaron redes de trabajo para acondicionar la tierra. Los primeros habitantes sólo cobraban “la limpia” o limpieza del terreno, a \$120, de los cuales \$100 iban para la Junta de Acción Comunal y \$20 para comprar madera, zinc y otros materiales que se destinarían a la escuela que estaban construyendo.

A pesar de las condiciones de insalubridad, las tierras inundadas y la ausencia de servicios públicos, estas familias permanecieron en el territorio. Dice Wilmer *“...esta era una tierra tan inclemente, sin servicios, y por la capa vegetal, el barro era negro, bastante horrible y cruel... los mosquitos, tanta inclemencia e insalubridad, así que la gente de los otros barrios de la ciudad se mostraban resistentes a coger tierras acá. Alguien decía, que esos lotes de El Pozón cambiados por heces fecales, salían caros, uno allá no va a nada, sin embargo, personas llegaron a construir casitas acá porque definitivamente no tenían otro camino, pero nadie quería coger tierra, eso había tierra a la lata. Alrededor de 200 personas llegaron a meterse acá, a hacer su casita o su mejora¹⁷⁶”*.

Las redes sociales del barrio se crearon en torno a necesidades específicas que fueron tramitadas a través de acciones colectivas, lideradas por los primeros campesinos que llegaron al territorio. Pero al crecer la población, con nuevas familias no-campesinas, la organización sustentada en el Comité de Usuarios Campesinos se debilitó y fue reemplazada por una organización política básicamente soportada en la Junta de Acción Comunal. Esta nueva organización se

¹⁷⁶ Wilmer Mattos. Op cit.

convirtió en el puente de comunicación entre la comunidad y el Estado. Y respondía a las nuevas dinámicas del barrio frente a las diferentes demandas que emergían como servicios, vivienda e infraestructura.

El crecimiento del barrio y las nuevas demandas inmediatamente instalaron a El Pozón como un lugar de gran potencial electoral. El barrio comenzó a ser visitado por los políticos que prometían legalización de tierras, infraestructura y servicios públicos.

Uno de los primeros políticos en llegar, dicen sus habitantes más antiguos, fue el gobernador Álvaro Escallón Villa. Ese mismo político que siendo alcalde ordenó su desalojo, ahora se presentaba como el “político amigo” que ofrecía ayudar en la principal preocupación de sus habitantes: la legalización de tierras. Esta promesa fue finalmente incumplida, pero a cambio, el gobernador llevó la primera gran obra que hacía un gobierno local en el barrio: el colegio público. Así empezaron las correrías de los políticos por El Pozón.

3. Con los políticos llegan los servicios

“En el momento en que la vereda El Pozón pierde la vocación agrícola y se va convirtiendo sistemáticamente en un área ya no rural sino urbana, porque ya no produce procesos agrícolas, entonces, llegó un momento en que El Pozón para ser barrio tenía muy pocas casas y para ser vereda tenía muchas (sic)...¹⁷⁷”

Este territorio fundado en la ruralidad se convirtió rápidamente en territorio de la ciudad, y “lo campesino” fue desapareciendo, en la medida en que se sumaba más gente al territorio. El cambio de lo rural a lo urbano afectó la percepción de las necesidades prioritarias del barrio, así mismo de lo propiamente campesino. De alguna manera la identidad construida en el campo se trasmutó al nuevo territorio y se empezó a construir una nueva identidad, una identidad urbana. Esta

¹⁷⁷ Wilmer Mattos. Op cit

transformación afectó la calidad y el enfoque de las demandas comunitarias. Como campesinos requerían el apoyo del Estado y de los políticos. Para quedarse en las tierras y cultivarlas, pedían se declarara su posesión para luego aspirar a la propiedad. Pidieron también vías de acceso, agua salubre y electricidad. Estas nuevas demandas según los relatos del barrio, venían principalmente de personas que emigraron de otros barrios de la ciudad que ya habían entrado de alguna manera en las lógicas urbanas. Para ellas no era primordial la gestión de ayudas para los cultivos decía Wilmer. “...ya no estaban pidiendo nada que tuviera que ver con agricultura, porque ya no estaban dedicados a eso, entonces, el Comité de usuarios campesinos ya no tenía razón de ser...¹⁷⁸”.

Al constituirse la JAC, el cambio de identidad urbana a rural fue rápidamente entendido y ante el crecimiento, las necesidades debían ser eficazmente resueltas. La época electoral entonces, era el momento propicio para obtener obras para el barrio, sin tener que pasar por todos los procedimientos públicos. Los miembros de la JAC fueron entonces los primeros mediadores formales entre la comunidad y el Estado.

A partir de allí, las redes de apoyo se fueron haciendo más efectivas para conseguir favores de los candidatos que iban a hacer proselitismo al barrio. A través del líder comunal se estructuraron estas redes que constituyeron los mecanismos necesarios que permitieron a la comunidad construir las primeras obras de infraestructura del barrio. Los políticos en desarrollo de sus actividades proselitistas se encargaron en adelante de reproducir dinámicas clientelares de obras públicas por votos.

Esta dinámica, podría decirse, generó una confusión sobre “lo público” mediada por los “líderes” e intercedida por ciertos imaginarios de la comunidad en torno a resistencia, pobreza y marginalidad, pues los pozoneros a pesar de haberse constituido formalmente como barrio de Cartagena, según afirman algunos entrevistados, nunca se sintieron parte de la ciudad sino hasta la llegada de los servicios públicos: “...esto era como un corregimiento, nos decían barrio pero nos

¹⁷⁸ Wilmer Mattos. Op cit.

trataban como un corregimiento y ese aislamiento es porque aquí vivía gente pobre, siempre la gente con un poco de recursos no se atrevía a venir aquí porque los atracaban...¹⁷⁹”. Estas condiciones de marginalidad en que vivían, crearon modos de afrontar la relación con lo político de un modo utilitario: *“lo importante es que traigan algo”* dicen algunos de sus habitantes sobre los políticos, lo cual, sumado al incumplimiento de las promesas, generaron desconfianza hacia ellos y hacia muchos intermediarios. Dice Eduardo, *“en este tiempo ya uno confiaba en los líderes, antes se votaba a conciencia, no como ahora que si no hay plata no hay votos”¹⁸⁰*.

4. Cuando las obras públicas llegan

“Cuando entramos a este barrio, estaba iniciando apenas, las calles estaban deterioradas, no teníamos servicios públicos, la mano del gobierno era muy escasa en estos sectores. Eran sólo los políticos que venían aquí y cambiaban votos por relleno, por agua, por comida y eso ha venido desde que se inició este barrio hasta este momento¹⁸¹ dice Luis, líder comunal del barrio.

La primera obra fue la escuela traída por el gobernador, que en ese entonces era Álvaro Escallón Villa. Pero al terminar la escuela instalaron un puesto de votación, dicen viejos habitantes del barrio, *“...a El Pozón le pusieron un puesto de votación desde antes cuando era una vereda, en la escuela, por allá en el 74 cuando pusieron el colegio pusieron el puesto de votación posteriormente en el año 76 o 77”¹⁸²*.

La siguiente obra consistió en la construcción del puesto de salud, promovido por la JAC, la Promotora de Juntas de Acciones Comunales y Cooperativismo, DANCOOP y con el apoyo de algunos políticos. Luego vino el relleno de las calles, utilizado para cubrir el barro negro característico de estas tierras, se hizo con

¹⁷⁹ Jorge. Op cit.

¹⁸⁰ Eduardo. Habitante del barrio. Agosto de 2007.

¹⁸¹ Luis. Op cit.

¹⁸² Wilmer Mattos Op cit.

zahorra (producto parecido a la tierra que se utiliza para el relleno) “...después el centro de salud, después si se le puede llamar servicio, fue el arreglo de las vías, ya comenzaron a entrar catapilas (sic), moto niveladoras a destapar calles porque acá había era caminitos y fue por pura política. Comenzaron a echar los primeros viajes de tierra, de zahorra que llaman, un relleno amarillo o escombros que es distinto al barro de El Pozón que es bien bravo, comenzaron a arreglarse las calles y a abrirse algunas tiendecitas...”¹⁸³”

La zahorra era hasta hace algunos años uno de los bienes más distribuidos por los políticos en épocas de campaña, por el mal estado de las calles en la ciudad y sobre todo en los barrios de invasión ocupados alrededor de la Ciénaga de la Virgen. Gracias a la zahorra, muchas calles de la ciudad nunca se pavimentaron. En El Pozón actualmente sólo hay tres o cuatro vías pavimentadas, las principales, las demás calles tienen el relleno mencionado y en épocas de invierno se convierten en lodo amarillo y se vuelven intransitables.

La llegada del agua y de la luz fue un proceso igualmente mediado por los políticos, podría decirse que los servicios públicos llegaron de la mano de la elección popular de alcaldes en 1988.

Al final de los años ochenta los pozoneros pudieron acceder a estos servicios, antes sobrevivieron con conexiones ilegales, conseguidas a través de iniciativas colectivas como rifas, en donde también los políticos tuvieron parte: “nosotros habíamos hecho una rifa para la luz, habíamos comprado 60 postes, 2.000 metros de redes, lámparas para los postes y enterramos los postes, con el ánimo de meter la luz, porque una vez traíamos un cargamento del lado de Tolú, bajamos los postes a pulso, a muñeca, la gente lo hizo con entusiasmo. Aquí se rifó un carro con el apoyo de un político que se llama Policarpo Peña, que según hipotecó su casa para rifarlo en El Pozón, así que se rifó el carro pero nadie se lo ganó y se lo llevo y lo rifaron en otro barrio, allá lo rifó otra vez. Nosotros íbamos a los almacenes a los bancos y la gente compraba (la rifa) y ahí en el retén las chicas se ponían

¹⁸³ Wilmer Mattos Op cit.

*todas coquetonas para cautivar a la gente, así se vendió la rifa y compramos los postes en Tolú, trajimos dos transformadores también*¹⁸⁴”.

La instalación ilegal de la electricidad en el barrio se convirtió en un hecho de resistencia que dio fuerza a su organización política y generó cohesión en la comunidad, lo que permitió a los “líderes” hacer demandas legítimas en nombre de la comunidad. Esta acción de hecho tuvo el apoyo del alcalde de turno quien aspiraba a ser el primero elegido popularmente, por lo cual no opuso mayor oposición al hecho y prometió legalizar el servicio, a cambio obtuvo una alta votación “...vino el alcalde Manuel Domingo Rojas, este nos salió con algo parecido a lo de Escallón Villa, nos dijo, bueno, yo no les digo que cojan la luz, pero tampoco les digo que no la cojan...”

La conexión ilegal significó también una protesta ante el abandono y la negligencia del gobierno local, pues sabían que era imposible lograr artesanalmente un buen servicio de electricidad: *“nos conectamos con técnicos de aquí mismo, artesanalmente con toda la rusticidad que tú quieras, y se hizo. La gente se conectó, pero esos bombillitos no prendían nada, parecían como los arbolitos de navidad, chiquiticos, eso no servía, pero al menos teníamos el impacto simbólico que representaba de tener esa acometida ahí artesanal y mal puesta*¹⁸⁵”

*“Toda la población estaba a la expectativa de que llegara la luz, eso para nosotros era un sueño. Eso fue en el 89, aquí había unos tenderos que tenían unas plantas, esa era la luz que veíamos a las 7 u 8 de la noche, todo el mundo estaba durmiendo, existían mitos de brujería y todas esas cosas aquí. Ese día todo el mundo estaba esperando, imagínate navidad y todo eso, cuando de pronto ¡blum!, vino la luz, y eso se prendió, las cuatro primeras calles...eso todo el mundo corrió, hubo fiesta...”*¹⁸⁶”.

Con la luz, se logró el voto masivo del candidato-alcalde Manuel Domingo Rojas. La siguiente es una de las anécdotas del día de elecciones: *“una señora que la cédula se le borró la foto y un número, se moría de llanto porque fue la única que no votó*

¹⁸⁴ Wilmer Mattos Op cit

¹⁸⁵ Wilmer Mattos. Op cit

¹⁸⁶ Wilmer Mattos. Op cit

(en el barrio) por Manuel Domingo Rojas. Aquí todo el mundo voto por Manuel Domingo Rojas... Aquí el señor Fernando Araujo que era el contrincante, no sacó un solo voto y aparte de eso Manuel Domingo y William Murra regalaron casi 5 meses de gracia para que no pagaran servicio (de luz)”¹⁸⁷.

Las promesas de infraestructura eléctrica eran las más comunes en épocas de elecciones en los barrios en formación de Cartagena. Electribol (Electrificadora de Bolívar), la empresa pública de electricidad de la ciudad, era un fortín de recursos para los que estaban en la administración y pretendían llegar a cargos públicos: *“Como era del Estado, el mismo político hacia que la energía que se consumía en el barrio se lo metieran al Estado y era el Estado el que perdía, no la comunidad, ni el político...uno iba allá por el descuento. Trabajo Social decía que era tanto, en fin, había mucha camaradería a raíz de la votación, porque mucha gente decía yo no voy a pagar luz porque yo voté por Manuel Domingo, yo le puse el voto así quien tiene que pagar es él”¹⁸⁸.*

Para los electores significó una oportunidad para evadir pagos y seguir cobrando su voto. Dice Jorge, *“aquí el político que tenia poder en Electribol nos ponía la infraestructura y no pagamos energía, nos llegaba el recibo pero no le parábamos bola a eso y la luz no se iba ni nada. La gente consumía energía y cada día iba creciendo la cuenta y nos venían los recibos, el que quería pagar pagaba y el que no quería no pagaba....”¹⁸⁹*

Lo mismo pasó con el agua, *“la gente decía que por qué iba a pagar agua si era de la alberca, esta agua es gratis, la mangueras son de nosotros. Entonces, la empresa dijo: es que la manguera es de ustedes, nosotros le estamos cobrando es el líquido (risas)”.*

Se consiguieron muchos votos con las acometidas artesanales, que sirvieron para cumplir precariamente la promesa de traer agua al barrio. *“El agua también llegó en el año 86, Manuel Domingo hizo una acometida de agua alberca grande acá, fue una obra casi simultánea con la luz...la gente fue perforando el tubo madre y*

¹⁸⁷ Wilmer Mattos. Op cit

¹⁸⁸ Wilmer Mattos. Op cit

¹⁸⁹ Jorge. Op cit.

fue metiendo mangueritas hacia sus casas y hacia las esquinas... se consiguieron creo que fueron como 1.200 metros de mangueras, como te dije canjeadas por votos, con el señor Armando Villegas Centeno que estaba aspirando al Senado de la República, entonces, el nos canjeó esa manguera por votos, yo estaba pequeño todavía, yo apurado iba empezar a votar, le di el voto por primera vez a ese señor...¹⁹⁰”

Con todo, se construyó una concepción muy particular de lo público. La diferencia entre lo que es privado y lo que es público está dividida por una línea muy delgada. En el caso que se relata, se entiende que los políticos han concedido estos favores de manera personal, sin existir conciencia de que las obras se construyen con recursos públicos. Esta privatización de los bienes públicos pudo contribuir a la confusión entre lo público y lo privado.

Un ejemplo en vía contraria. Los buses privados que prestaban el servicio público sólo hacían rutas en el barrio en épocas electorales. Para los habitantes del barrio era difícil identificar si tenían derecho a este servicio de transporte o no. Dice Wilmer: *“Cecilio Montero a veces metía sus buses en campaña y después los quitaba. Ese tiene una flota de buses y cuando aspiraba al concejo, metía los buses de él acá, los buses de Olaya que son de su empresa y le ponía una cartulina que decía Pozón y cuando se acababa la campaña sacaba los buses, entonces, nos tocaba a pie¹⁹¹”*.

En este sentido, vale la pena entender cuál es el significado de *lo público* desde la construcción del barrio y cuál sería *la frontera entre lo público y lo privado*. Este debate sobre las fronteras y las diferencias entre lo público y lo privado, desde el trabajo de Rabotnikof, se entiende a partir de las tres dimensiones por ella planteadas: *lo que es de interés general o colectivo; lo que es visible; y lo que es accesible a todos¹⁹²*.

¹⁹⁰ Jorge. Op cit

¹⁹¹ Wilmer Mattos. Op cit.

¹⁹² Rabotnikof, Nora. Lo público, lo privado en Debate Feminista. Público-Privado, Año 9, Vol. 18, México, octubre. 1998.

En el primer sentido, público es sinónimo de político, como lo político- estatal y lo político- no estatal, el primero en referencia al Estado y el segundo a lo cívico-comunitario. Lo cívico-comunitario y lo político-electoral se traslapan en el discurso de los intermediarios. Así mismo, se confunden las obras públicas y los favores privados. Para la comunidad esta distinción no puede ser clara cuando la construcción de su barrio ha sido en gran parte en función de la confusión de los recursos públicos con los privados. Cuando no se le reconoce al Estado sino al político las obras públicas y las necesidades ciudadanas, no se utilizan los conductos institucionales formales, sino conductos informales basados en favores personales y privados.

Dice Jorge, líder del barrio: *“...queríamos que alguien mirara nuestro barrio, les dijimos (al político) las calles como estaban, él paseó con nosotros por todas las partes y él lo que dijo fue que iba a tratar de conseguir inversión para el Pozón pero la inversión se hace con gestión, ¿me entiendes?... si él te prometió tienes que pegártele y eso fue lo que hice, pegármele detrás, detrás que parecía un hijo de él...”*¹⁹³

En época de elecciones, esta confusión es aprovechada y explotada electoralmente por los “líderes” políticos. Algunos líderes reproducen el discurso de *“los políticos son mentirosos”* y por ello, es mejor coger la plata por anticipado. Dice Luis: *“...tú sabes qué y no por ofender a nadie (sic), pero la mayoría de la gente que hace política por estos tiempos, son gente que nunca ha trabajado y que están desempleados permanentemente y ahora llega una oportunidad de dos o tres meses y ellos salen para donde el político le ponen 20 o 30 votos comprados a 15 o 20.000 pesos quizás 30.000 pesos. Mucha gente sobrevive en estas épocas electorales y como te digo los políticos vienen es para estas épocas electorales, después que se van no vuelven a venir y se les olvidan las comunidades, se les olvidan las promesas que hicieron”*¹⁹⁴

Lo político- no estatal por su parte, está relacionado a lo cívico y lo comunitario, lo que ocurre fuera de la esfera del Estado. Lo cívico se asimila a lo comunitario y a la

¹⁹³ Jorge. Op cit.s

¹⁹⁴ Luis. Op cit.

labor que a diario hacen algunos líderes para ayudar y construir en la comunidad. Por ello, a pesar de la debilidad actual de la acción colectiva al interior del barrio, el concepto de “comunidad” sigue siendo útil para los intermediarios y los patrones. Lo cívico tiene tanta importancia en el diario trabajo de muchos líderes del barrio que muchos de ellos apelan a un trabajo anterior en lo cívico, diferenciándolo de su actividad en lo simplemente electoral durante las campañas políticas. Dice Wilberto: *“...después de salir de A luchar yo quedé en el barrio en la parte cívica por mucho tiempo y el paso hacia la política digamos tradicional, necesariamente lo tiene uno que dar cuando tu comienzas a tener obligaciones, hijos, necesitas sostenerte, entonces tú te das cuenta que mientras estés en la otra orilla, vas a recibir golpes y más golpes, no vas a recibir nada a cambio. Entonces, los mismos políticos como ven un potencial en ti, comienzan a ofrecerte cosas a calentarte el oído y obligatoriamente cuando tú no tienes una estabilidad económica pues de una u otra manera, tiene uno que dar su brazo a torcer...Entonces, uno también le pierde la mística a eso, pues uno se da cuenta que a la larga aquí, infortunadamente en esta ciudad, todos son del mismo calabazo, en cuanto a la clase política...”*¹⁹⁵.

Pero, cada vez más se amplía la brecha entre “lo cívico- comunitario” y lo político-electoral”. El primero es sinónimo de la política “buena, sana y desinteresada”, del trabajo de ayuda diaria de los líderes políticos. El segundo, es sinónimo de prácticas corruptas o clientelistas. Por esa razón, el dilema de algunos “líderes” es quedarse en lo cívico donde “vas a recibir golpes y más golpes” o “perderle la mística”¹⁹⁶ a la política y ganar votos.

Muchos de los que le pierden la mística entran a la lógica del mercado, dentro de la cual deben amoldarse a la demanda de unos patrones y unos clientes. También deben amoldar su discurso de acuerdo al interés que en el momento representen.

En esa tensión resultante, “el líder” reproduce la lógica clientelista al igual que su patrón, convirtiendo cada bien estatal en una oportunidad para satisfacer a los clientes. Cada obra pública, cada asistencia estatal, se le impone el nombre de un

¹⁹⁵ Wilberto. Op cit.

¹⁹⁶ Wilberto. Op cit

político. *“Paniza es el que hizo el pavimento. Es el alcalde que más ha hecho. Gabriel García también hizo acá...”* dicen habitantes del barrio.

Con todo, se vio cómo en el barrio las redes comunitarias fueron rápidamente sustituida por redes políticas con intercambios clientelares. Los políticos en campaña se encargaron de ponerle nombre a cada obra que llegaba al barrio. Pero esto no hubiese sido posible si la intermediación de los “líderes”. Fueron estos quienes moldearon la construcción de lo político y lo público en la comunidad. Los intermediarios se fueron convirtiendo en “profesionales” de la política forzados en muchos casos por la necesidad. Muchos de ellos han pasado del trabajo “cívico-comunitario” al trabajo “político-electoral”.

Muchos enfrentan un dilema moral entre servir a los intereses de la comunidad o servir al patrón. Otros no ven siquiera una diferencia. Lo cierto es que “la comunidad” sigue existiendo, como lugar para su trabajo cívico o electoral. Ellos siguen siendo referentes de lo comunitario y la comunidad sigue acudiendo a su mediación. Al final, tal como afirma Perea: *“Pese a todo, en contra de lo esperado, la noción de comunidad no desaparece del habla de la gran ciudad¹⁹⁷”*.

¹⁹⁷ Perea, Carlos Mario. Comunidad y resistencia. Revista Colombia Internacional 63, ene - jun 2006, 148 – 171. Universidad de los andes.

CONCLUSIONES GENERALES

En los capítulos anteriores se habló fundamentalmente de clientelismo, cultura política, instituciones informales y redes sociales. Entre estos conceptos hay una relación estrecha que se evidencia en la dinámica misma de las prácticas políticas, en cuanto el clientelismo sólo es posible en ciertos contextos donde hay incentivos para que éste perdure; y al practicarse de forma reiterada, ciertas formas de hacer política se institucionalizan. Estos incentivos se encuentran en redes sociales que en este trabajo se han revisado a partir de redes en el barrio.

La ciudad de Cartagena, precisamente, cuenta con unas características culturales que podrían estar marcadas por su construcción de lo político en la historia. Por ejemplo, se dijo que algunas instituciones formales que vienen desde la Colonia, explican en parte algunas lógicas que sustentan estas prácticas, por ejemplo, las relaciones económicas y sociales construidas en la *encomienda* y luego en la *hacienda* generaron lealtades condicionadas al uso de la tierra y del trabajo. Además de las relaciones jerárquicas y autoritarias. En el caso de estudio, se sugirió que esas relaciones generaron lógicas políticas entre empresarios del tabaco y familias campesinas en El Carmen de Bolívar que incidieron en las estrategias clientelares de la familia estudiada. Este abordaje requiere una mayor diferenciación de estas características respecto de las otras regiones o ciudades de Colombia con similares características históricas, sin embargo, es pertinente en este trabajo para el análisis del contexto local.

Por su parte, dentro de los principales hallazgos del trabajo se indicó que las relaciones clientelares se traslapan en las relaciones políticas y éstas sobre las económicas o laborales. En igual sentido, el traslape ocurrió en el barrio en las relaciones vecinales y de parentesco, lugar en que la lógica organizativa terminó haciendo parte de la dinámica político- electoral. Se mostró que esta superposición de relaciones afectó los imaginarios comunitarios que luego incidieron en la construcción de la cultura política y en el afianzamiento e institucionalización de prácticas como el clientelismo político.

La indagación sobre una “casa política” en Cartagena mostró que ciertas formas de relación en lo rural fueron útiles en la ciudad, dando cuenta también de la evolución de los bienes de intercambio y su adaptación a los retos que impone el paso a la ciudad. Y se expuso cómo dentro de la lógica de una empresa de tabaco se generaron relaciones de protección y dominación con las familias campesinas que sembraban y alisaban el tabaco, creando un modelo sostenible para los patrones como empresarios y como políticos.

A la ciudad se trasladaron estas prácticas políticas nutridas de la relación rural con ayuda de los intermediarios. El barrio, donde operaban las redes, se convirtió en lugar por excelencia de la transmisión de las relaciones clientelares soportadas en las redes de amistad, de parentesco o comunitarias. Estas redes clientelares se traslaparon con las de otros tipos existentes en el barrio e incentivaron una forma institucionalizada de prácticas políticas.

El clientelismo político entonces apareció como una forma de *vínculo* político en el barrio al haber sido parte de la lógica organizativa y herramienta para construir la infraestructura del barrio. Relaciones de intercambio clientelar existían al interior de redes de apoyo de amigos, familiares y vecinos con la mediación de los llamados “líderes” comunales, quienes eran bisagra para la canalización de recursos que no llegaban directamente del Estado. En el barrio El Pozón, vimos que eran éstos intermediarios el vínculo real entre la comunidad y el Estado, utilizando esencialmente a los patrones como instrumentos para lograr los bienes inmediatos para la comunidad.

Se mostró la relevancia del intermediario para el patrón en cuanto era el posibilitador del “cara a cara” propio de la relación clientelar y quien aseguraba las votaciones. Resultó revelador que dentro de la “casa política” estudiada los intermediarios pudieran llegar a ser patrones en tanto este grupo político particularmente permitía la movilidad social de sus intermediarios. A diferencia de otras “casas políticas”, ellos han permitido y promovido nuevos liderazgos desde

abajo. Esto y su relación cercana y permanente con los intermediarios aseguraron su éxito electoral en la ciudad.

La movilidad social al interior del grupo posiblemente fue incentivada por la horizontalidad de la relación patrón=intermediario en la ciudad, donde *la distancia social*, término acuñado por Lomnitz, se disminuyó dado el acceso de los intermediarios a diferentes bienes y patrones. Esto fue relevante en el estudio teniendo en cuenta precisamente que las relaciones sociales en una ciudad como Cartagena son particularmente cerradas.

En el grupo político estudiado, las lealtades fueron necesarias para sostener la relación entre patrón- intermediario, no entre intermediarios y clientes. La lealtad fue condicionada por la cercanía y la ayuda permanente que el patrón daba a su intermediario, mientras que en la relación entre intermediarios y clientes, no era tan clara la lealtad, pues sólo ocurría en los casos en que existiera un trabajo constante de los intermediarios en el barrio, cuando se “regaba la matica”, tal como lo indicó uno de los entrevistados.

Estos hallazgos que se han referenciado pretenden dejar abierto el debate sobre la construcción de lo político en la ciudad de Cartagena y el papel de la relación clientelar en esta construcción, considerando que el intercambio de votos por favores es una realidad en muchos barrios de Cartagena, especialmente en época electoral, alimentada por una red que opera en varios niveles y que inicia en una silla en el Congreso hasta llegar a la banqueta del barrio donde tienen los candidatos su sede política itinerante. En Cartagena, tanto como en otras ciudades de Colombia, el clientelismo político ha existido en la acción comunitaria, en el corazón institucionalizado de la acción política del barrio.

Para terminar, es importante relevar que ese flujo en que se mueven los recursos del clientelismo antes de llegar al barrio, pasa por renovados métodos de desviación de los dineros públicos hacia las campañas electorales o por un cada vez más sofisticado tráfico de influencias al más alto nivel. En este sentido, corrupción

y clientelismo, aunque no son lo mismo tal como se explicó al inicio del trabajo, tienden a encontrarse y reforzarse mutuamente. Pero, concretamente, ¿qué significa esto para la ciudad y su política? Esos valores que se han armado en torno a la lógica de intercambio de recursos por votos, han generado una aceptación velada de este tipo de conductas, generando un lugar de feliz reproducción y adaptación tanto para el clientelismo político como para la corrupción, no sólo en el barrio sino, en general, en la relación cotidiana con el poder, en la que se construye también, a diario, la cultura política.

BIBLIOGRAFIA

- Adams, Richard. Energía y Estructura. Una teoría del poder social. México: Fondo de Cultura Económica. 1983.
- Almond, Gabriel A. y Sidney Verba. The civic culture. Princeton University Press. 1963.
- Angulo Bossa, Jaime. 581 años de rebeldía. Tomo I. Partido Liberal Colombiano. 2006.
- Angulo Bossa, Alvaro. Aspectos sociales y políticos de Cartagena de Indias. Siglos XVI y XX. Editorial Antillas. 2001
- Audelo, Jorge M., ¿Qué es el clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática. 2004.
- Auyero, Javier. La política de los pobres. Ed. Manantial. Buenos Aires. 1998.
- Auyero, Javier. 1997. Favores por votos: estudio sobre clientelismo político contemporáneo. Buenos Aires: editorial Losada S.A Moreno.
- Blanco Romero, Wilson. Tabaco, economía campesina y capitalismo en los Montes de María. 1850-1930. Universidad de Cartagena.
- Caciagli, Mario. Clientelismo, corrupción y criminalidad organizada. Centro de Estudios Constitucionales. Cuadernos y debates No 60 Madrid. 1996.
- Cobilt, Cruz E. Entre el patrón y el cliente: la intermediación política en periodos de latencia. 2008. http://conocimientoabierto.flacso.edu.mx/medios/tesis/cobilt_ec.pdf.
- Couddanes, Mariela. Pasado, prestigio y relaciones familiares. Elite e historiadores en Santa Fe, Argentina. REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales. Vol.13,#3, Diciembre 2007. <http://revista-redes.rediris.es>.
- Chubb, Judith. The social bases of a urban political machine: the case of Palermo. Political science quarterly. Vol 96. No.1. 1981

- Cunin, Elizabeth. De La esclavitud al Multiculturalismo. El antropólogo entre identidad rechazada e identidad instrumentalizada en E. Restrepo, A. Rojas, ed., *Conflicto e (in)visibilidad. Retos de los estudios de la gente negra en Colombia*, Popayán: Editorial de la Universidad del Cauca, 2004.
- De Nooy, Wouter, Andrej Mrvar, y Vladimir Batagelj. *Exploratory Network Analysis with Pajek*. Cambridge University press. 2005.
- Duarte, Jesús. Educación pública y Clientelismo en Colombia. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín. 2003.
- Duverger, Maurice. Los partidos políticos. Fondo de cultura económica. México. 1951.
- Ecos de la Montaña, No. 36 de agosto 1º de 1915, Pág. 3. “Archivo Memorias de El Carmen”.
- Eisentand y Lemarchand.. Political clientelism, patronage and development. 1981 citado en Landé. Political clientelism in political studies. Vol 4. 1983. International political science review.
- Einsenstand y Roniger, L. Patron client relations as a model of structuring social exchanges. Comparative studies in Society and History. Vol.XXII. 1980
- Escalante, Fernando. Clientelismo y ciudadanía. Análisis Político No. 26. IEPRI- UNAL. 1995
- Escobar, Cristina. Clientelism, mobilization and citizenship: Peasant politics in Sucre. Ph D. Dissertation. Universidad de California.San Diego. Ed. Ann Arbor Michigan. 1998.
- Escobar, Cristina. Clientelismo y ciudadanía los límites de las reformas democráticas en el departamento de Sucre. Análisis político No.47. 2002.
- Fals Borda, Orlando. Historia doble de la Costa. El retorno a la tierra. Universidad Nacional de Colombia- Banco de la República-El Ancora Editores. Bogotá, 2002.
- Flynn, Peter. Class, clientelism and coercion: some mechanisms of internal dependency and control. Journal of comunwealth and comparative politics No. 12.

- Freeman, L , Bogartti, S.P. y White, D. Centrality in valued graphs: a measure of betweenness based on network flow. Revista *social networks*, vol. 13. 1991.
- Gay, Robert en Favores por votos, Auyero, Javier (comp). Ed. Losada.1997.
- García, Miguel. ¿Ciudadanía avergonzada? Democracia local y construcción de ciudadanía en Bogotá. CESO-IEPRI. 2003
- García, Miguel. La elección popular de alcaldes y terceras fuerzas en Análisis político No. 41. IEPRI-Universidad Nacional de Colombia
- Garcia- Guadilla, Maria del Pilar. Concepción de ciudadanía y dilema eficiencia-democracia en la descentralización local en Venezuela. XXI International Congress of the Latin American Studies Association (LASA), Palmer House, Chicago, Illinois. USA. 1998.
- Garzón. Juan Carlos. Desmovilización del Bloque Héroe de Montes de María de las AUC. Fundación Seguridad y Democracia.
- González Alcantud, José A. El clientelismo político. Perspectiva socio antropológica. Anthropos. 1997.
- Gonzales, Roberto. El reordenamiento territorial en Colombia: un proceso abierto para la región. Colombia y el Caribe. XIII Congreso de Colombianistas. Universidad del Norte. 2003. Ed. Uninorte.
- Gretchen, H y Levitsky, S. Ed. Informal Institutions and democracy: lesson for Latin América. Pág. 5. The Johns Hopkins University Press. 2006.
- Guarín, Rafael. Colombia: democracia incompleta. Introducción a la oposición política. Proyecto integral para la modernización del sistema electoral colombiano.
- Guerra, W, Navarro, J y Albis, N. Cultura, instituciones y desarrollo en el Caribe colombiano. Observatorio del Caribe. Pág.9. www.ocaribe.org.
- Guillén, Fernando. El poder político en Colombia. Editorial Planeta. 1996.
- Gutiérrez Sanín, Francisco. La ciudad representada. Política y conflicto en Bogotá. IEPRI- TM Editores. 1998.

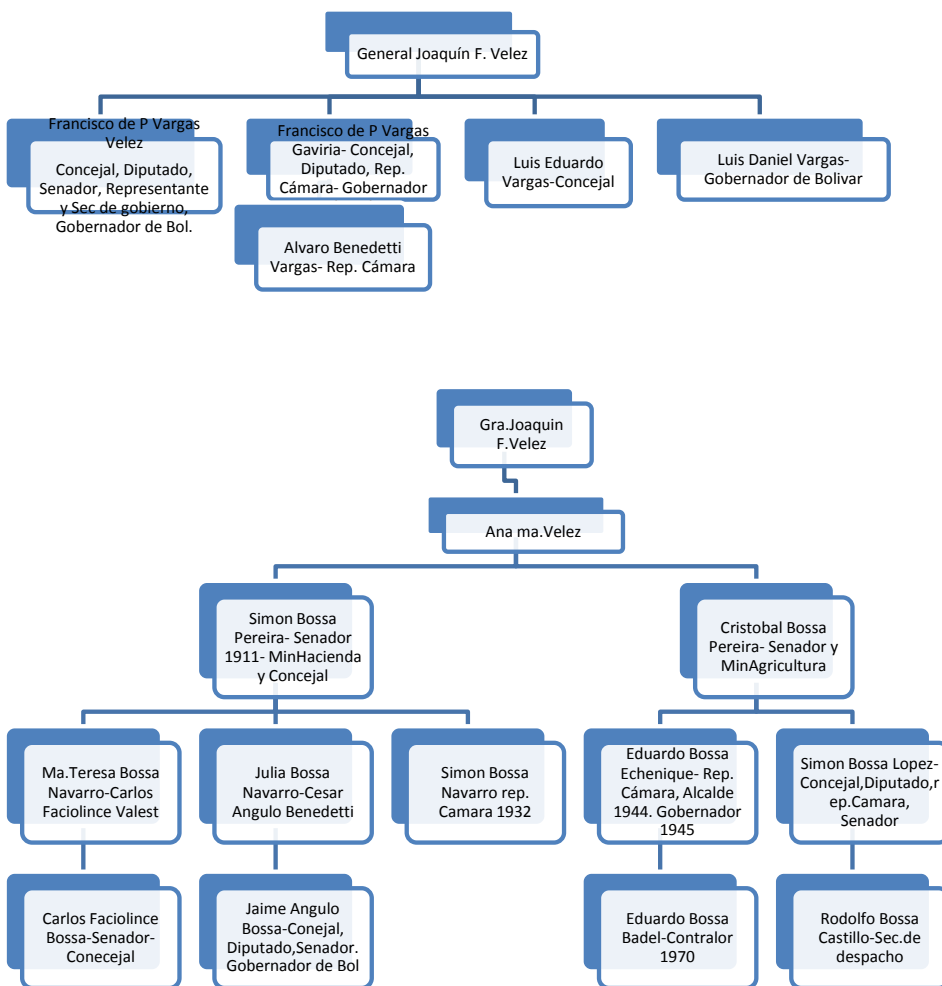
- Gutiérrez Sanín, Francisco. Degradación o cambio. Evolución del sistema político colombiano. Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales. Editorial Norma. 2001.
- Gutiérrez Sanín, Francisco. Estrenando sistema de partidos. Análisis político No. 57. IEPRI- Universidad Nacional de Colombia. 2006.
- Gutiérrez Sanín, Francisco. Lo que el viento se llevó. Editorial Norma. 2006
- Holguín, Jimena. La reforma política en Colombia: un análisis de las modificaciones a la naturaleza de la representación política introducidas en el Acto legislativo 01 de 2003. Universidad de los andes. Tesis de grado. 2004.
- Leal Buitrago, Francisco y Dávila L, Andrés. Clientelismo. El sistema político y su expresión regional. Tercer mundo editores- IEPRI. 1990.
- Leal Buitrago, Francisco. Los movimientos políticos y sociales: un producto de la relación entre Estado y sociedad civil. Análisis político No.13. IEPRI- 1990.
- Lemarchand and Legg. Political clientelism and development: a preliminary analysis. Comparative politics. Vol 4. No 2. 1972.
- Lomnitz, Larissa. Redes sociales, cultura y poder. Ensayos de antropología latinoamericana. Flacso. México.2001.
- López de la Roche, Fabio. Modernización y sociedad política en Colombia. FESCOL-IEPRI.1993.
- Losada, Rodrigo. Clientelismo y elecciones. Tres modelos explicativos del comportamiento electoral colombiano. Pontificia Universidad Javeriana. 1984.
- Lozares, Carlos. La Teoría de Redes Sociales. 2002. <http://webs2002.uab.es/antropologia/ars/paperscarlos.rtf>.
- Maíz, Ramon. Jama, caleta y camello: la corrupción como mecanismo de autoreforzamiento del clientelismo político. En Revista mexicana de sociología. Año 65. Num 1. Enero- marzo de 2003.
- Martz, Jhon. The Politics of clientelism. Transaction Publishers. 1997.

- Ministerio de agricultura. Cultivo del tabaco en Colombia. Evolución histórica de la producción del tabaco en Colombia. Bogotá, 1982.
- Miranda Ontaneda, Nestor. Clientelismo y dominio de clase. El modo de obrar político en Colombia. CINEP. 1977.
- Morantes, Moises. La Helda en El Carmen de Bolívar, documento suministrado por el autor.
- Múnera Cavadia, Alfonso. El fracaso de la nación. Región, clase y raza en el Caribe Colombiano. El Ancora Ed. Banco de la República.1998.
- North, Douglas. Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. Fondo de Cultura Económica. 2001.
- Perea, Carlos Mario. Comunidad y resistencia. Revista Colombia Internacional No. 63. Universidad de los Andes. 2006.
- Pérez, Gerson y Salazar, Irene. La pobreza en Cartagena: un análisis por barrios. Documentos de trabajo sobre economía regional. Banco de la República. 2007. Pág.30.
- Pitkin, Hanna Fenichel. El concepto de representación. Centro de estudios constitucionales. Madrid. 1985.
- Pizarro, Eduardo. La atomización partidista en Colombia: el fenómeno de las microempresas electorales. En Gutierrez, Francisco. Degradación o cambio. Evolución del sistema político colombiano. Ed. Norma. 2001
- Putnam, Robert. Making democracy works. Princeton University Press.1992.
- Rabotnikof, Nora. Lo público, lo privado en Debate Feminista. Público-Privado, Año 9, Vol. 18, México, octubre. 1998
- Restrepo, Luis Alberto. La crisis política de América Latina y sus nuevos movimientos sociales. Análisis político No. 6. IEPRI- 1990
- Restrepo, Jorge y Rodríguez, Manuel. La actividad comercial en Cartagena y el grupo de comerciantes del siglo XIX, en Estudios sociales. Bogota No. 1, septiembre de 1996.

- Restrepo, Juan Camilo. Reflexiones sobre la descentralización en América Latina. Ponencia presentada en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia) dentro del marco de la reunión de la Unión de Partidos Latinoamericanos. 2002.
- Ripoll, Maria Teresa. El comercio ilícito. Un vicio de difícil curación cuando se contrae. El Caribe en la nación colombiana. Memorias. X Cátedra anual de historia Ernesto Tirado Restrepo. Museo Nacional. Observatorio del Caribe Colombiano. 2006.
- Roniger, Luis. Sociedad civil, patronazgo y democracia en Auyero, Javier (comp.). 1997.
- Roll Velez, David. Un siglo de ambigüedad. Para entender cien años de crisis y reformas políticas en Colombia. IEPRI-CEREC. 2001.
- Rubio, Rocio. No hay paraísos sino los perdidos. IEPRI-Alcaldía Mayor de Bogotá. 2003.
- Sartori, Giovanni. Ingeniería constitucional comparada. Fondo de Cultura Económica. Segunda Edición. 2001.
- Scott, James. Los dominados y el arte de la resistencia. Ediciones Era. 2000.
- Scott, James, “¿Patronazgo o explotación?”, en Gellner Ernest y otros. 1986.
- Scott, James. Corruption machine politic political change. American Political Science Review. Vol. 63. No. 4. 1969
- Schmidt, Bureaucrats and modernizing brókeres. Clientelism in Colombia. Comparative politics Vol 6. No. 3. 1974
- S.H., Miller. The concept and measurement of mobility, citado en Stavenhagen, Rodolfo. Las clases sociales en las sociedades agrarias. Siglo XXI editores. Pág 27. 17 edición.
- Solano de las Aguas, Sergio. Cultura política popular en el Caribe Colombiano a comienzos del s XX. Memorias Escuela de verano. Universidad Tecnológica de Bolívar. 2004.
- Stavenhagen, Rodolfo. Las clases sociales en las sociedades agrarias. Siglo XXI editores. 17° Edición.
- Valenzuela, Arturo. Political brokers in Chile. Duke University Press. 1977.

- Vidal Perdomo, Jaime. La reforma administrativa de 1968 en Colombia *International Review of Administrative Sciences*. 1982
- Vilorio De la Hoz, Joaquín. Tabaco del Carmen: economía tabacalera en la región de los Montes de María. 1848-1893. Cuadernos de historia económica y empresarial Banco de la República No. 3. Octubre de 1999.
- Vilorio, Joaquín. Ganaderos y comerciantes en Sincelejo 1880-1920.
- Weber, Max. Economía y sociedad. Fondo de cultura económica. Cuarta reimpresión de la segunda reimpresión. 1979. Pag. 43.
- Zamora, León. La cuestión agraria y el movimiento campesino en Colombia. Instituto de Investigaciones de las Naciones Unidas para el Desarrollo-Centro de Investigación y Educación Popular- CINEP. 1987.
- Zans, L. 2003. Análisis de redes sociales: o cómo representar estructuras sociales subyacentes. Asociación para el avance de la ciencia y la tecnología en España (AACTE). *Revista apuntes de ciencia y tecnología*, N° 7 junio de 2003.

Anexo 1. Árboles genealógicos¹⁹⁸.



¹⁹⁸ Elaborados por la autora a partir del libro Angulo Bossa, Alvaro. Aspectos sociales y políticos de Cartagena de Indias. Siglos XVI y XX. Ed. Antillas. 2001.

