

**INTERMEDIARIOS DEL VOTO: ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE LA
IMPORTANCIA DE ESTOS ACTORES EN LA REDES CLIENTELISTAS DE LA
CIUDAD DE CARTAGENA**

ESTUDIANTE

ANDRÉS FELIPE ROMERO LLAMAS

DIRECTOR

FABIÁN ACUÑA VILLARRAGA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

MAESTRÍA EN ESTUDIOS POLÍTICOS

BOGOTÁ D.C.

2 017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
Capítulo 1: Clientelismo, redes e intermediarios: una revisión conceptual.....	6
1. Clientelismo.....	6
1.1. Clientelismo en Colombia.....	6
1.2. Los intermediarios en la red clientelista.....	7
1.2.1 Investigaciones internacionales.....	7
1.2.2. La investigación sobre los intermediarios en Colombia.....	12
Capítulo 2: Contexto social y político de Cartagena	
1. Casa García.....	17
2. Los Blel.....	19
3. Los Rangel Villadiego.....	20
4. Los Curi Montes.....	22
Capítulo 3: Los intermediarios del voto en Cartagena	
1. Metodología.....	29
2. ¿Quiénes son los intermediarios o líderes en Cartagena?.....	32
3. Características de los intermediarios.....	33
3.1. Habilidad para las relaciones sociales.....	33
3.2. Reconocimiento de una comunidad.....	34
3.3. Capacidad de persuasión.....	34
4. Motivaciones.....	35
4.1. Acceso a un trabajo.....	35

4.2. Deseo de lucro.....	38
4.3. Servicio a la comunidad.....	38
4.4. Pasión por la política.....	39
5. Funciones de los intermediarios.....	42
5.1. Gestión para una comunidad.....	42
5.2. Orientación sobre programas sociales y salud.....	44
5.3. Intermediación laboral.....	46
6. Movilización electoral.....	46
6.1. Reuniones políticas.....	46
6.2. La zonificación.....	47
6.3. El día de la elección.....	49
7. Relación con el político.....	50
7.1. Líderes de estructura.....	51
7.2. Agentes libres.....	53
7.3. Líderes híbridos.....	53
7.4. Líderes Puyaojos.....	55
8. Monitoreo de los votos.....	57
8.1 Monitoreo del bróker a sus votantes.....	57
8.2. Monitoreo del líder político al bróker.....	58
Conclusiones.....	59

Introducción

El clientelismo es un fenómeno extendido en la política colombiana y, en particular, en la región Caribe. Cartagena de Indias, la segunda ciudad más poblada de la región, ha sido epicentro, durante las últimas décadas, de estructuras políticas clientelares encabezadas por clanes familiares, los cuales, a pesar del paso de los años y de un sinnúmero de procesos judiciales, se han mantenido en la primera línea de la política local y con participación en las diferentes administraciones distritales y departamentales.

Estas redes clientelares funcionan gracias al trabajo de los intermediarios o mediadores. Llamados en inglés *brokers*, son el nexo entre líderes políticos, que proporcionan bienes, y los votantes, que en retribución ofrecen respaldo electoral.

La presente investigación tiene como objetivo caracterizar la figura del intermediario en las redes clientelares en la capital de Bolívar. La pregunta que orienta el siguiente texto es: ¿cuál es la función que cumple el intermediario en las redes de clientela? La tesis que se plantea es que él ayuda a mantener y a legitimar las prácticas clientelistas, lo que a su vez genera un inmovilismo en el ejercicio de la política en la ciudad.

Este estudio cualitativo y de corte exploratorio se propone analizar a fondo al bróker. Se busca describir sus funciones, señalar cómo articula sus relaciones con los votantes y los candidatos, exponer las estrategias que implementa para conseguir votos e identificar diferentes tipologías de estos actores que están presentes en las redes.

La investigación se llevó a cabo a partir de la realización de 25 entrevistas a profundidad y semiestructuradas a intermediarios, los cuales viven en las tres localidades en las que está dividida la ciudad y pertenecen a diferentes estratos socioeconómicos (principalmente 1, 2 y 3). Algunos de ellos han desempeñado cargos de elección popular.

El texto se divide tres capítulos: en el primero se realizará una revisión conceptual sobre clientelismo, redes clientelares e intermediarios; en el segundo se contextualizará la realidad política y social de Cartagena; en el tercero se realizará la caracterización del bróker a partir de las entrevistas realizadas a los intermediarios.

¿Por qué realizar este estudio en Cartagena? Diversos autores han escrito sobre la predominancia del clientelismo en la ciudad. Historiadores describen prácticas clientelistas, a finales del siglo XIX, durante el periodo de la regeneración en el que el presidente cartagenero Rafael Núñez gobernó el país. Otros investigadores destacan en distintos periodos del siglo XX varias estructuras políticas, principalmente, de orientación liberal, que lograron gracias al intercambio de bienes y servicios por votos acaparar gran parte del poder en la ciudad.

¿Por qué estudiar a los intermediarios? En los últimos años, el rol que desempeñan los intermediarios ha sido abordado ampliamente en estudios internacionales sobre clientelismo. Durante la revisión de la literatura, incluida en el primer capítulo de esta investigación, se pudo apreciar una proliferación de investigaciones, especialmente en la última década, realizadas a partir de estudios de caso que se llevaron a cabo en países latinoamericanos, como Argentina, Brasil, México y Uruguay, entre otros.

En nuestro país, a pesar de que existen investigaciones en las cuales se aborda al intermediario, no se registran recientemente estudios en los que se profundice el análisis a su labor dentro de la estructura clientelar.

Por lo anterior, este estudio exploratorio puede ayudar a ampliar el conocimiento y a profundizar la teorización sobre este fenómeno, especialmente, en las zonas urbanas. En las primeras investigaciones se señalaba que el clientelismo estaba suscrito a lugares marginados, en especial áreas rurales y barrios de escasos recursos de las ciudades. Sin embargo, en las urbes y en las clases medias, como señala García (2001), en su investigación sobre las juntas administradoras

locales en Bogotá, se generan sinnúmero de redes en las cuales los intermediarios son los protagonistas.

Capítulo 1

Cientelismo, redes e intermediarios: una revisión conceptual

En este primer capítulo se realizará una revisión conceptual sobre los conceptos de clientelismo, redes e intermediarios. Inicialmente se abordará el concepto de clientelismo y luego se expondrán investigaciones que analizan el rol que cumplen los *brokers* en las estructuras políticas.

1.1 Clientelismo

El clientelismo político es entendido como el intercambio de bienes y servicios por apoyo electoral. En la relación clientelar participa un patrón (líder político) que suministra bienes y servicios a un cliente (votante) a través de un operador (intermediario).

Décadas atrás se consideraba que el clientelismo era propio de sociedades rurales de países en desarrollo y que desaparecería con el progreso social y la democratización. Actualmente, los académicos reconocen la presencia de relaciones clientelares en diferentes contextos, entre ellos países del primer mundo (Roniger 2004; Nichter 2010).

1.1.1 Clientelismo en Colombia

De acuerdo con Leal y Dávila (1990), el clientelismo en Colombia se ha adaptado a diferentes momentos históricos y ha permanecido como un elemento central de la vida política. Según estos autores, el bipartidismo liberal-conservador fue determinante para que el clientelismo irrumpiera con fuerza durante el Frente Nacional. En ese período, que transcurrió entre 1958 y 1974, las relaciones

clientelares permitieron que los dos partidos pudieran controlar el funcionamiento del sistema político. De esta manera, señalan, el sistema político colombiano se convirtió en el sistema político del clientelismo.

En una investigación más reciente, Dávila (1999) describe tres etapas históricas del clientelismo en nuestro país. Inicialmente expone el clientelismo tradicional, el cual sitúa cronológicamente antes del Frente Nacional y le atribuye dos características centrales: primero, el intercambio se daba directamente entre patronos y clientes sin que el estado cumpliera un rol importante la relación; por consiguiente, los patronos utilizaban sus propios recursos para mantener vigentes los vínculos. Y segundo, aunque en la relación el intercambio de bienes ocupó un lugar destacado, eran más importantes las adhesiones y las lealtades personales que pasaban por fuertes vínculos entre, por ejemplo, campesinos y hacendados en el marco de una sociedad más conservadora.

El segundo período, denominado clientelismo moderno, se constituye en los albores del Frente Nacional y permanece hasta la constitución de 1991. De acuerdo con Dávila, en este período, los políticos clientelistas se convirtieron en intermediarios entre el estado y la sociedad. A partir de ellos se canalizaban demandas de sectores sociales hacia el estado y este a su vez respondía a las comunidades.

El tercero es el denominado clientelismo de mercado, el cual surge con la constitución de 1991 y está marcado por los cambios que se introdujeron en la carta magna, como la descentralización. El viejo esquema de liderazgo vertical, con un gran jefe político que tenía un enorme poder se queda en el pasado y se pasa a un escenario en donde los líderes barriales e intermediarios adquieren un gran protagonismo.

1.2 Los intermediarios en la red clientelista

1.2.1 Investigaciones internacionales

La concepción tradicional del clientelismo se centraba en la relación entre un político (patrón) y un votante (cliente) en, la cual, el primero suministra bienes o servicios al segundo que, en retribución, le brinda apoyo electoral.

Algunos autores presumían que los clientes tenían una relación cercana con el patrón, otros hablaban de una amistad instrumental entre los dos. Estas definiciones dejaban de lado el rol que cumplen los intermediarios en las relaciones clientelares. A pesar de que aún se reconoce la importancia de las relaciones personales, muchos clientes tienen poco o ningún contacto con el patrón. Más bien los dos están conectados a través de relaciones de intermediarios (Hicken, 2011).

En los últimos años, el enfoque en las investigaciones internacionales sobre clientelismo se ha desplazado hacia ellos, lo que ha incrementado el interés por comprenderlos (Hicken, 2011; Mares y Young, 2016).

Algunas de esas investigaciones se han realizado a partir de estudios de casos en países de la región. Auyero (2001); Stokes (2005; 2007; 2013); Zarazaga (2014 I, 2014 II); Szwarcberg (2012); Szwarcberg y Camp (2012); Nichter (2010) han estudiado a los intermediarios en Argentina. Por su parte, Gingerich y Medina (2013); Novaes (2015) lo han hecho en Brasil. Larreguy et al (2012); Holland y Palmer Rubin (2015); Shaffer y Baker (2015) en México. Finan y Schechter (2012) en Paraguay y Álvarez-Rivadulla (2012) en Uruguay.

¿Quiénes son los intermediarios?

Stokes et al (2013) señala que los intermediarios son quienes proveen beneficios y resuelven problemas a sus seguidores; en contraprestación, ellos les solicitan participación en actividades políticas, como mítines, y, fundamentalmente, el voto.

Los brokers están inmersos en interacciones frecuentes con los votantes, observan su comportamiento individual y obtienen conocimiento de sus inclinaciones y preferencias. (Stokes et al 2013)

En una investigación realizada en la provincia de Buenos Aires, la más poblada de Argentina, Zarazaga (2014) describe en detalle otros roles que cumplen, entre ellos, ayudar a gobernar. “No solo movilizan a las personas a votar, sino que como otros activistas de los partidos pegan pósteres, pintan grafitis, organizan reuniones. El día de la elección juegan el rol importante de veedor electoral y después de las elecciones ayudan a sus jefes políticos a gobernar sus respectivas localidades proveyéndoles acceso a áreas complicadas, información y entregando bienes y servicios públicos. Los brokers son operarios multitarea que ayudan a sus jefes no solo a ganar elecciones sino también a gobernar” (2014, p.2).

Stokes et al. (2013) afirma que los intermediarios deben ser distinguidos de los líderes políticos, quienes son elegidos para cargos de representación y no tienen una relación cara a cara con los votantes; aunque no excluye que puedan aspirar a ser elegidos por sí mismos. Otros autores como Szwarcberg (2012) sí definen a los intermediarios como funcionarios elegidos, especialmente concejales, los cuales están interesados en ascender en una carrera política.

En la misma línea de Stokes, Auyero (2001) señala que los intermediarios pertenecen a la misma clase social que sus clientes, pero se diferencian de ellos porque poseen un mayor capital social acumulado, entendido como la cantidad de recursos derivada de las conexiones y la pertenencia a ciertos grupos. “Los mediadores se encuentran arraigados en las mismas redes sociales cotidianas que los clientes, pero poseen vínculos directos con políticos y funcionarios del Estado (mayormente a nivel municipal)” (2001, p. 105).

Motivaciones del intermediario

Holland y Palmer Rubin (2015) afirman que los brokers tienen tres tipos de intereses: partidista, económico y social.

El interés partidista está relacionado con la preocupación del intermediario por la suerte electoral del partido político para el que trabaja por razones ideológicas o instrumentales. El bróker, señalan los autores, apoya a la colectividad por razones

programáticas o se interesa por sus resultados porque estos influyen en sus posibilidades de trabajo o de extraer beneficios después de la elección.

El interés económico alude a que los intermediarios pueden estar motivados por obtener beneficios personales que no se relacionan directamente con el éxito del partido para el que laboran. Desde esta perspectiva, señalan los autores, los intermediarios representan un problema a los partidos porque su comportamiento no puede ser exhaustivamente monitoreado. Los partidos dependen de instrumentos, como asistencia a mítines o resultados electorales, para determinar si estos utilizan los recursos para sus lograr sus propósitos.

El tercer interés apunta al intermediario que pertenece a una organización social y, por ello, está condicionado a promover los interés de esta, ya sea por razones altruistas o porque en la búsqueda de los objetivos refuerza su posición en dicha organización o en la comunidad en general. Estos intereses colectivos pueden incluir políticas programáticas, bienes, o beneficios particulares para los miembros de la organización.

Tipologías de intermediarios

Mares y Young (2016) y Holland y Palmer-Rubin (2015) exponen dos tipologías de brokers. Los primeros autores realizan la clasificación a partir de los cargos que estos desempeñan y los estímulos negativos o positivos que usan para movilizar a los votantes. Los tipos son: intermediarios partidistas, intermediarios estatales, líderes de organizaciones civiles o religiosas, actores privados, líderes étnicos y líderes de bandas o milicias. Los autores hacen énfasis en los intermediarios que trabajan en entidades públicas y ponen de ejemplo a los funcionarios de programas sociales, policías y recaudadores de impuestos.

Estos empleados públicos pueden utilizar estímulos positivos: proporcionar asistencia en asuntos administrativos tales como certificados de propiedad de la tierra o licencias comerciales. Y negativos: los trabajadores de programas de políticas sociales (de apoyo al ingreso y subsidios de vivienda) pueden amenazar con cortar los beneficios si los receptores optan por al candidato 'incorrecto' y los

agentes de la ley pueden amenazar con investigar y castigar infracciones u ofrecen mirar hacia otro lado (Mares y Young, 2016).

Las empresas, de acuerdo con Mares y Young (2016), son otro tipo de intermediarios políticos que pueden movilizar a los votantes estimulándolos a ir a las urnas o intentando reducir su participación. Los gerentes pueden usar su poder sobre los salarios, condiciones laborales y aún el mismo empleo de los trabajadores para influir políticamente. La intimidación por parte de los empleadores, de acuerdo con los autores, fue una forma generalizada de intimidación electoral en muchos democratizadores de primera oleada, particularmente la Alemania imperial. Sin embargo, esa intimidación "privada" no es un fenómeno del pasado. Los autores destacan que existen estudios recientes que han encontrado evidencia de intimidación económica privada, tanto en países poscomunistas como Rumania, Bulgaria y Rusia, y en democracias más avanzadas, como Estados Unidos

También hablan del rol de las organizaciones criminales y milicias como intermediarios políticos durante elecciones. Señalan que estas organizaciones normalmente retribuyen a los políticos que les permiten operar con mayor facilidad en sus actividades ilegales. Estos autores mencionan a García Sánchez et al. (2015) quien, durante las elecciones parlamentarias de 2014, analiza el rango de estrategias clientelistas llevadas a cabo por grupos insurgentes que operan junto a políticos locales. Estas estrategias incluyen ofrecimiento de dinero (que se origina a menudo en el narcotráfico), ofrecimiento de acceso a favores del estado (si los políticos locales son cooptados por estos grupos) e intimidación.

Por su parte, Holland y Palmer-Rubin (2015) realizan su tipología a partir de la relación del intermediario con organizaciones políticas (partidos) y sociales (asociaciones, gremios). Caracterizan cuatro tipos: independientes, partidistas, organizacionales y mixtos.

Independientes: carecen de nexos con partido u organización y mantienen una red personal o poder coercitivo que le permite movilizar votantes. Actúan acorde con

sus intereses económicos. Pueden ser considerados como empleados subcontratados que negocian para obtener el mejor pago posible de los políticos que los emplean.

Partidistas: actúan en redes de clientes que conocen y que dependen de ellos durante y después de los ciclos electorales. Reconocen las preferencias partidistas, estilo de vida, grado de vulnerabilidad económica y los tipos de bienes que los clientes prefieren.

Organizacionales: Tienen la habilidad de negociar con políticos que representan diferentes partidos políticos, eligiendo la mejor oferta en cada elección. Representan los intereses colectivos de las organizaciones a las que pertenecen (sindicatos, asociaciones de profesionales), lo que los lleva a apoyar a los políticos que les suministran beneficios a estas.

Híbridos: Combinan intereses personales, sociales y partidistas. Como los organizacionales, buscan distribuir beneficios y bienes colectivos para miembros de la organización. En contraste con estos, mantienen un vínculo fuerte con un partido político.

Para ejemplificar una de las tipologías, la del mediador organizacional, Holland y Palmer-Rubin (2015) expusieron en su investigación un estudio de caso realizado en Colombia en las elecciones regionales de 2011. Entrevistaron a líderes de asociaciones de ventas callejeras de Bogotá que en época electoral negocian sus votos con candidatos que se comprometían a brindarles excepciones legales y programas sociales que mejoren su seguridad laboral.

1.2.2. La investigación sobre los intermediarios en Colombia

Schmidt (1972); Díaz Uribe (1986) y Archer (1990) son algunos autores que en Colombia caracterizaron por primera vez al bróker en el intercambio clientelista.

“En forma indistinta son llamados capitanes, tenientes, subtenientes o líderes políticos quienes establecen la relación entre las jefaturas políticas regionales y la población local en barrios, pueblos y veredas (...) para las gentes que no tienen

acceso directo a las oficinas o agencias del estado es necesario valerse del intermediario” (1986, p. 41).

La anterior definición de Díaz Uribe se enmarca en la época que Dávila (1999; 2002) denomina clientelismo moderno, la cual se inicia con el Frente Nacional y llega hasta la constitución de 1991.

Luego, tras la aprobación de la nueva carta magna, surge el concepto de clientelismo de mercado acuñado por Gutiérrez (1998), en el cual los jefes de las redes clientelares son los intermediarios, líderes barriales o locales que vienen de sectores con pocos recursos y que se diferencian de los barones regionales que conformaban estas redes. La relación entre el cliente y el patrón en esta nueva época del clientelismo, según el autor, tiende a ser calculada, desideologizada y particularista.

“Lo anterior implica que el patrón sistemáticamente va perdiendo poder a manos de su sequito inmediato de seguidores y estos, por su parte, se van debilitando frente a los líderes barriales” (1998, p.103).

García (2002) afirma que en el clientelismo de mercado los esquemas de intermediación se hacen “más difusos, menos estructurados, más locales. A nivel de las prácticas políticas, se constata como las redes clientelistas integran a su dinámica de intermediación el lenguaje de lo ciudadano, lo cívico y lo pedagógico” (2002, p.199).

Además, destaca que los protagonistas de la relación clientelar se transformaron debido a que las redes abarcan cada vez más a las clases medias, en contraste con las conceptualizaciones tradicionales que afirmaban que el clientelismo está presente en lugares donde existe pobreza.

Otro elemento interesante es lo que denomina Dávila (2002), la consolidación de política plebeya, que alude a la llegada a espacios de representación de los intermediarios políticos, los cuales estaban reservados para los grandes barones. Estos políticos, sin embargo, mantienen “las prácticas de clientela, perpetuando

los códigos de intermediación particularista, basados intercambios puntuales y personalizados, así como restringidos a los miembros de las pequeñas redes” (2002, p.217).

Ocampo (2015), en un estudio sobre el clientelismo en Córdoba, aporta una mirada particular a este fenómeno desde el Caribe. Define a los intermediarios como líderes populares que asumen funciones de representación y organización, búsqueda de ayudas, desarrollo de proyectos o programas estatales o de ONG. Entre las competencias que considera deben tener se encuentra la habilidad comunicativa, la capacidad de gestión, disponibilidad, credibilidad y, cada vez más, un buen nivel educativo.

La autora añade que estos líderes hicieron el aprendizaje de la institucionalidad y el léxico oficial para poder oficiar como intermediarios entre políticos y comunidades y como gestores. Su liderazgo, no obstante, como también indican García Sánchez (2001) y Dávila (2002) suele ser fluido y fragmentado.

Por su parte, Madero (2010), quien estudia las redes clientelares en Cartagena, señala que los intermediarios son los actores principales en el intercambio clientelar. Destaca que los líderes sostienen las redes a veces de manera estructurada a través de organizaciones comunales y otras veces desestructurada, con el mercado de compra-venta del voto.

Los intermediarios, afirma Madero, llevan a cabo tácticas y estrategias para conseguir votos dentro de un contexto social en el que se privilegia el amiguismo y la recomendación. En un estudio de caso realizado en el populoso barrio El Pozón, el cual fue creado por redes de clientela, la autora destaca el rol central que ocupan los mediadores en las redes comunitarias y vecinales. “Los clientes sólo existen como tales en relación con estos intermediarios dado su débil o inexistente relación directa con el patrón” (2010, p.82).

En una investigación reciente, Velasco et al (2016) analiza el rol de los intermediarios en las elecciones locales de 2015 en Bogotá. Destaca el autor que estos se especializan en hacer que políticos ganen las elecciones. Por ello, sus

servicios son disputados por ediles y concejales que quieren ser reelegidos. Clasifica al bróker en dos tipos: *fieles* que son aquellos que pertenecen exclusivamente a una estructura política. Y los *maliciosos* que son quienes no pertenecen a una sola estructura política sino que transitan por varias.

Capítulo 2

Contexto social y político de Cartagena

Cartagena de Indias es la quinta ciudad más poblada del país y la segunda de la región Caribe. Según las proyecciones de población del Dane (2005-2020), la ciudad superó, en 2016, el millón de habitantes.

La capital de Bolívar, en los últimos años, ha tenido un crecimiento económico sin precedentes. Actualmente, es la tercera ciudad con el Producto Interno Bruto (PIB) por habitante más alto de país, después de Bogotá y Bucaramanga. Esto se debe a la fortaleza de tres sectores económicos: la industria, el turismo y la actividad portuaria. (Ayala y Meisel, 2016)¹

Ese auge económico, sin embargo, no se ha reflejado en un mayor bienestar para toda la población. Cartagena registró una pobreza monetaria del 32,7% en 2012, mientras que para el promedio de las 13 principales ciudades ese indicador fue de 18,9%, de acuerdo con información del Dane. (Ayala y Meisel, 2016)

División administrativa de Cartagena

Cartagena está dividida en tres localidades: Localidad 1: Histórica y del Caribe norte; localidad 2: De la Virgen y Turística; y localidad 3: Industrial y de la Bahía. La ciudad elige 19 concejales y 27 ediles, 9 por cada una de las tres localidades, por un periodo de cuatro años.

Antecedentes históricos de clientelismo en Cartagena

El clientelismo ha hecho parte de la política en Cartagena desde hace varias décadas. Historiadores, como Fernández Villa (2005), observan prácticas clientelistas en la ciudad a finales del siglo XIX. Este autor señala que ciertas familias de la élite cartagenera, que apoyaron al movimiento regenerador de Rafael Núñez en el decenio siguiente a la guerra civil de 1885, utilizaron el estado para beneficiarse en sus negocios privados. “El Estado era un recurso más, tan

¹ http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_246.pdf

valioso como podría serlo la tierra o el capital. Existía, además, por otro lado, una larga y fundada tradición clientelar desde el período colonial que permaneció invariable con el advenimiento del Estado republicano” (p.10, 2005)

Tras el final del Frente Nacional, varios grupos familiares, especialmente de orientación liberal, manejaron los hilos de la ciudad y el departamento. Esas casas liberales, de acuerdo, con Madero (2010) fueron: el Faciolinismo, el Turbayismo y la Casa García. Estas tres familias tuvieron representación en las administraciones departamentales y distritales.

Esas estructuras liberales se convirtieron en partidos políticos con líderes capaces de mover miles votos y de articular las redes políticas para mantener su caudal electoral. (Madero, 2010)

Estructuras políticas que se mantienen

Actualmente, en Cartagena existen cuatro estructuras políticas que, a pesar de sus líos judiciales, mantienen su poder intacto. Tienen varios elementos en común: llevan por lo menos dos décadas en cargos públicos, el jefe de la estructura (congresista) ha sido condenado por corrupción o por parapolítica y en las siguientes elecciones ha sido reemplazado con éxito en el Congreso por un miembro de su familia, ya sea su esposa o alguno de sus hijos.

Estas casas o estructuras se mantienen gracias al trabajo de los intermediarios a quienes contratan gracias a su poderío económico y burocrático.

1. Casa García

La Casa García es la estructura política con mayor historia y vigencia en Cartagena y Bolívar. Lleva casi cuatro décadas con representación en el Senado de la República. Es comandada por el exsenador liberal Juan José García Romero, quien llegó por primera vez al Congreso en las elecciones legislativas de 1978 y se mantuvo en él hasta 1998. Ese año le cedió a su esposa, Piedad Zuccardi de García, la representación política de su movimiento, llamado en ese entonces Nueva Fuerza Liberal.

García Romero se retiró de la corporación en medio de una investigación de la Corte Suprema de Justicia por la apropiación indebida de auxilios parlamentarios (También había sido investigado por el proceso 8.000). En 2007 el alto tribunal lo condenó a tres años y seis meses de prisión al considerarlo responsable del delito de peculado por apropiación. De acuerdo con los magistrados, el exsenador se apropió de 110 millones de pesos entre 1989 y 1991.² (El Universal, 2016).

A pesar de los líos judiciales de su esposo, Zuccardi fue reelegida como senadora en tres oportunidades (2002, 2006 y 2010). En sus dos primeros periodos hizo parte de la bancada del Partido Liberal, al que renunció, en 2004, para apoyar la reelección del expresidente Álvaro Uribe. Un año más tarde, fue una de las fundadoras del Partido de la U.

En 2013 Zuccardi fue capturada por presuntos nexos con paramilitares. La entonces senadora fue sindicada del delito de concierto para delinquir. Los exjefes paramilitares Diego Vecino y Ernesto Baez la acusaron de haber participado en dos reuniones en las que se pactó el apoyo de las AUC al candidato a la Gobernación de Bolívar Alfonso López Cossio, miembro de su estructura política, en las elecciones de 2003. Según los exjefes paramilitares, la organización ilegal respaldó a López Cossio, aunque en las elecciones, finalmente, fue derrotado³.

En las elecciones legislativas de 2014 Andrés García Zuccardi, con 30 años de edad y sin experiencia política, se convirtió en el heredero de la curul de sus padres. A pesar de que se redujo la votación en los comicios, respecto a los resultados de su madre cuatro años atrás, García Zuccardi fue elegido sin pasar apuros como uno de los 21 senadores del Partido de la U.

La Casa García ha tenido más miembros en cargos públicos. Gabriel García Romero, primo de Juan José, fue alcalde de Cartagena entre 1992 y 1994. Héctor

² “Corte ratificó pena a exsenador Juan José García” Ver contenido:

<http://www.eluniversal.com.co/colombia/corte-ratifico-pena-exsenador-juan-jose-garcia-232011>

³ “Por vencimiento de términos otorgan la libertad a la exsenadora Piedad Zuccardi” Ver contenido:

<http://www.elespectador.com/noticias/judicial/vencimiento-de-terminos-otorgan-libertad-exsenadora-pie-articulo-626548>

García Romero, uno de sus hermanos, fue director nacional de Inurbe en 1993 y aspiró a la alcaldía de la ciudad en 1995.

Dos integrantes más de la familia también llegaron al Congreso, pero a través de la estructura política de Álvaro García Romero, hermano de Juan José, la cual está concentrada en el vecino departamento de Sucre. El denominado Gordo García fue congresista entre 1982 y 2007, año en el que fue capturado por nexos con los paramilitares. La Corte Suprema, posteriormente, lo condenó a 40 años de cárcel al considerarlo autor intelectual de la masacre de 15 campesinos en Macayepo, Sucre. En 2010 Teresita García Romero se convirtió en la *heredera* de la curul de su hermano.

Votaciones de la Casa García al Senado desde 1998

Elección	Candidato	Votación	Partido
1998	Piedad Zuccardi	47.800	Partido Liberal
2002	Piedad Zuccardi	53.283	Partido Liberal
2006	Piedad Zuccardi	65.785	Partido de la U
2010	Piedad Zuccardi	75.450	Partido de la U
2014	Andrés García Z.	50.220	Partido de la U

Fuente Registraduría Nacional del Estado Civil

2. Los Blel

Vicente Blel Saad fue concejal de Cartagena entre 1992 y 1993. En 1994 se convirtió en senador, cargo por el que fue reelegido en 1998 y 2002. En 2006 vio reducida su votación y perdió la curul. Un año más tarde, logró regresar al

Congreso tras la captura de Dieb Maloof por parapolítica. No obstante, Blel corrió la misma suerte meses después.

La Corte Suprema de Justicia lo condenó a 7 años de cárcel. El alto tribunal estableció que se reunió por lo menos dos veces en 2003 con los jefes paramilitares Iván Roberto Duque, alias Ernesto Báez; Edward Cobos Téllez, alias Diego Vecino y Salvatore Mancuso. Además, la corte comprobó que en septiembre de 2003 el exsenador asistió a una reunión en una finca de propiedad de la excongresista Eleonora Pineda, también condenada por parapolítica, con el propósito de lograr el apoyo de los paramilitares a la campaña de Libardo Simancas, quien ganó la Gobernación de Bolívar en octubre de ese año. (Verdad Abierta, 2010)⁴

Blel cumplió su condena en 2011. Su hija, Nadia Blel Scaff, fue elegida senadora en las elecciones legislativas de 2014 por el Partido Conservador, a pesar de carecer de experiencia política. Su otro hijo, Vicente Blel Scaff, es concejal de Cartagena desde 2008 por el Partido Cambio Radical y en las pasadas elecciones obtuvo la mayor votación de la corporación: 13.942 votos, 5.134 más que el segundo más votado, Luis Cassiani, del mismo partido.

Votaciones de los Blel al Senado desde 1998

Elección	Candidato	Votación	Partido
1998	Vicente Blel	53.761	Partido Liberal
2002	Vicente Blel	75.003	Mipol
2006	Vicente Blel	32.989	Colombia Viva
2014	Nadia Blel	42.394	Partido Conservador

⁴ Vicente Blel. Ver contenido: <http://www.verdadabierta.com/politica-ilegal/parapoliticos/4765-parapolitica-vicente-blel>

Fuente Registraduría Nacional del Estado Civil

3. Los Rangel Villadiego

Esta estructura es liderada por Miguel Rangel Sosa. Rangel inició su carrera política como concejal y alcalde de su municipio, Pinillos, ubicado en el sur del departamento de Bolívar, a finales de los noventa. Posteriormente, fue representante a la Cámara por dos periodos. En el primero (2002-2006) accedió a la curul, como segundo renglón de Alfonso López Cossio, tras la renuncia de este en octubre de 2002. En 2006 logró la reelección con la primera votación del Partido de la U.

En enero de 2009 fue capturado en el marco de la parapolítica. Un año más tarde, la Corte Suprema de Justicia lo condenó a 54 meses de prisión al considerar que se alió con paramilitares que pertenecieron al Bloque Central Bolívar de las AUC (Autodefensas Unidas de Colombia) y asistió a reuniones en Pueblito Mejía en Barranco de Loba (Bolívar). Rangel salió de la cárcel en 2012, tras cumplir tres cuartas partes de su pena. (El Universal, 2012) ⁵

Su esposa, Sandra Villadiego, tomó el relevo como la congresista del grupo político. En 2010 accedió a la Cámara, con una votación similar a la que recibió Rangel cuatro años atrás. En 2014 dio el salto al Senado, aumentando ostensiblemente su caudal electoral y convirtiéndose en la senadora más votada de La U en Bolívar.

Elección	Corporación	Candidato	Votación	Partido
2002	Cámara	*Miguel Rangel (Segundo	40.544	Partido Liberal

⁵ “En libertad, Miguel Rangel tras pagar 54 meses de prisión” .Ver contenido: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/politica/en-libertad-miguel-rangel-tras-pagar-54-meses-de-prision-68979>

		renglón de Alfonso López) *Reemplaza al titular en casi la totalidad del período.		
2006	Cámara	Miguel Rangel	35.541	Partido de la U
2010	Cámara	Sandra Villadiego	35.723	Partido de la U
2014	Senado	Sandra Villadiego	56.959	Partido de la U

Fuente Registraduría Nacional del Estado Civil

4. Los Montes Curi

Esta estructura es comandada por el exsenador conservador William Montes Medina. Montes nació en el Carmen de Bolívar, fue concejal de su municipio, diputado a la Asamblea de Bolívar y representante a la Cámara entre 1994 y 1998, año en el que fue elegido senador, cargo que desempeñó por tres periodos consecutivos. En 2008 renunció a su curul, en medio de una investigación por parapolítica.

La Corte Suprema de Justicia, posteriormente, lo condenó a 7 años de cárcel por el delito de concierto para delinquir agravado. El exsenador fue uno de los congresistas que firmó el denominado Pacto de Ralito, en 2001, con los jefes paramilitares. “Uno de los testimonios en los que se fundamentó la decisión de los magistrados es el de Rafael García, exdirector de Informática del desaparecido Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), quien indicó que para las

elecciones de 2002, Montes recibió el apoyo del extraditado jefe paramilitar Rodrigo Tovar Pupo, alias Jorge 40” (Verdad Abierta, 2013) ⁶

Tras su renuncia al Senado y posterior condena, su esposa, Marta Curi Osorio, hija de Nicolás Curi Vergara, tres veces alcalde de Cartagena y condenado por celebración indebida de contratos, intentó recuperar la curul en 2010, pero no la alcanzó a pesar de lograr más de 35 mil votos. En 2014 volvió aspirar al Congreso, pero esta vez a la Cámara de Representantes, y obtuvo la primera votación del Partido de la U.

En la actualidad, los Montes Curi tienen representación familiar en el Concejo de Cartagena y en la Asamblea de Bolívar. Javier Curi, hermano de la actual representante, fue elegido concejal, en 2015, con el aval del Partido Liberal. Mientras que Andrés Montes, sobrino del exsenador, accedió a la Asamblea, por el Partido Conservador, en las mismas elecciones.

Votaciones en las elecciones al Congreso desde 1998

Elección	Corporación	Candidato	Votación	Partido
1998	Senado	William Montes	66.304	Movimiento Nacional
2002	Senado	William Montes	56.968	Movimiento Nacional
2006	Senado	William Montes	65.321	Partido Conservador
2014	Cámara	Marta Curi	53.066	Partido de la U

⁶ William Montes. Ver contenido: <http://www.verdadabierta.com/politica-ilegal/parapoliticos/4766-parapolitica-william-montes>

El Concejo de Cartagena: cuestionado y sin mucha renovación

El concejo de la ciudad de Cartagena ha sido intensamente cuestionado recientemente. Varios escándalos han rodeado la labor de los concejales, especialmente, en el último año

En septiembre de 2016, debido a irregularidades en la elección de la contralora distrital, Nubia Fontalvo, la Procuraduría regional de Bolívar suspendió en primera instancia a 16 de los 19 concejales de la ciudad.

De acuerdo con el Ministerio Público, la mesa directiva del Concejo, en 2015, cambió la forma de elegir contralor y decidió elegir una terna como una convocatoria pública, en vez de elegir a la persona que mayor puntaje obtuvo y aplicar el conducto del concurso público.⁷

Con el argumento de garantizar la equidad de género, los concejales incluyeron en la terna a Nubia Fontalvo, quien no había alcanzado el mínimo de 80 puntos exigido. Los otros candidatos, José David Morales e Iván Sierra Porto, habían recibido 96 y 93 puntos, respectivamente.⁸

Los cabildantes fueron suspendidos por periodos que van entre los 6 y 12 meses. Por el mismo caso también fueron sancionados 10 exconcejales, los cuales deberán pagar una multa.

A continuación, están dos tablas con los concejales elegidos en la ciudad en las elecciones de 2011 y 2015. En la segunda tabla, aparecen en negro los concejales que fueron reelegidos y en azul los nuevos concejales que vienen de estructuras políticas o son familiares de líderes políticos.

Concejales elegidos en 2011

Concejal	Partido	Votación
Vicente Blel	Cambio Radical	8.552
Antonio Salim	Cambio Radical	6.668

⁷ <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/concejales-de-cartagena-suspendidos/16694229>

⁸ <http://www.semana.com/nacion/articulo/cartagena-se-queda-sin-concejales/492761>

Guerra		
Wilson Toncel	Cambio Radical	5.844
Pastor Jaramillo	Cambio Radical	5.041
Andrés Betancourt	Partido Conservador	9.766
A. Quinto Guerra	Partido Conservador	9.420
Rafael Meza	Partido Conservador	3.944
Duvinia Torres	Partido de la U	6.364
William Pérez	Partido de la U	5.955
César Pión	Partido de la U	4.883
David Dáger	Partido Liberal	5.866
Jimmy de Ávila	Partido Liberal	4.441
Boris Anaya	Partido Liberal	3.831
Américo Mendoza	ASI	2.684
Germán Zapata	ASI	2.178
Lewis Montero	PIN	7.566
Alfredo Díaz	PIN	5.255
Saray Aguas	Partido Verde	3.783
David Múnera	Polo Democrático	2.158

Concejales elegidos en 2015*

Concejal	Partido	Votación
Zaith Adechine	Partido Conservador	8.093
David Caballero	Partido Conservador	7.877
Rafael Meza	Partido Conservador	7.264
Edgar Mendoza	Partido Conservador	6.851
Jorge Useche	Partido Conservador	4.641
Vicente Blel	Cambio Radical	13.942
Luis Cassiani	Cambio Radical	8.808
Antonio Salim Guerra	Cambio Radical	7.310
Carlos Barrios	Cambio Radical	6.419
David Dager	Partido Liberal	8.044
Erich Piña	Partido Liberal	6.606
Javier Curi	Partido Liberal	6.245
Duvinia Torres	Partido de la U	6.719
William Pérez	Partido de la U	6.686

Cesar Pión	Partido de la U	5.521
Américo Mendoza	ASI	4.570
Ronald Fortich	Cartagena con Firmas	4.454
Angélica Hodeg	Alianza Verde	2.699
Lewis Montero	Opción Ciudadana	5.300

Fuente Registraduría Nacional del Estado Civil

***Subrayados con negro están los concejales que lograron su reelección. Con azul, los concejales nuevos que hacen parte de estructuras políticas.**

Al final del período 2012-2015, quince concejales de la ciudad intentaron ser reelegidos y nueve de ellos lo lograron ⁹ (Andrés Betancourt, Antonio Quinto Guerra y Pastor Jaramillo aspiraron a la Alcaldía de Cartagena, por lo que no buscaron su reelección. Mientras que la Alianza Verde le negó el aval a Saray Aguas). A primera vista se diría que hubo renovación. Sin embargo, una parte de los nuevos concejales son familiares de políticos y otros llegaron con el respaldo de casas políticas.

Cuatro de los elegidos por primera vez en las elecciones de 2015 son familiares de personas que actualmente ejercen cargos públicos o lo hicieron en el pasado. El concejal conservador Edgar Mendoza Saleme es hermano del diputado Víctor Mendoza Saleme. Erich Piña, concejal liberal, es primo del Carlos Feliz Monsalve, diputado departamental del Partido de La U, y del excontralor del distrito de Cartagena Mario Feliz Monsalve. La única concejala de Alianza Verde en la ciudad, Angélica Hodeg Durango, es hija de Lorenzo Hodeg, exconcejal y exdiputado. Y, como se señaló anteriormente, Javier Curi, del liberalismo, es hermano de la congresista de La U Marta Curi e hijo del exalcalde de la ciudad Nicolás Curi¹⁰.

⁹ Concejo: Los que buscan reelegirse, los que aspiran y los que se van. Ver contenido: <http://www.eluniversal.com.co/politica/concejo-los-que-buscan-reelegirse-los-que-aspiran-y-los-que-se-van-201790>

¹⁰ Las casas políticas que se pelean el poder local. Ver contenido: <http://www.eluniversal.com.co/elecciones/2015/noticias/las-casas-politicas-que-se-pelean-el-poder-local-223>

Alcaldía de Cartagena: triunfos de los *outsiders*

A diferencia de las elecciones legislativas y de concejales, en las que se observa una cierta continuidad de estructuras políticas, en los comicios a la alcaldía de la Cartagena los ciudadanos han optado por candidatos sin experiencia y sin vinculación con la clase política de la ciudad.

Entre 1989 y 2007 Cartagena- con la excepción del periodo 1995-1997- estuvo gobernada por alcaldes identificados con el liberalismo. A partir de 2007, en tres de las cuatro elecciones disputadas, han sido elegidos candidatos *outsiders*.

Ese año Judith Pinedo, que encabezó una candidatura independiente inscrita por firmas, derrotó ampliamente a Juan Carlos Gossaín, hijo de Marún Gossaín gobernador de Bolívar en los ochenta, que había sido secretario de gobierno de la administración anterior y tenía el respaldo de la mayoría de las estructuras políticas de la ciudad.

En 2011 el ganador fue Campo Elías Terán, narrador y comentarista deportivo que no tenía experiencia administrativa. Terán se hizo ampliamente reconocido en la ciudad por un espacio radial, llamado Noticiero Popular, que ofrecía soluciones a las necesidades de las personas que lo escuchaban. Campo Elías derrotó ampliamente a María del Socoro Bustamante, experimentada concejal que se había desempeñado como presidenta del cabildo.

Tras el fallecimiento de Terán, en 2013 fueron convocadas elecciones atípicas, que fueron ganadas por Dionisio Vélez, un empresario, que al igual que Terán no había desempeñado anteriormente ningún cargo público.

Finalmente, en octubre de 2015, los cartageneros eligieron a Manuel Vicente Duque, otro comentarista deportivo sin experiencia política, como sus antecesores, y que tenía la particularidad de haber reemplazado a Terán en el programa radial que este conducía antes de llegar a la alcaldía. Duque derrotó al indiscutible favorito, Antonio Quinto Guerra, que se había desempeñado como concejal durante 12 años-corporación que llegó a presidir durante tres períodos- y era respaldado por la mayoría de casas políticas de la ciudad.

La etiqueta de *outsider* no quiere decir que ellos no recibieron apoyo de miembros de la clase política, por el contrario, los últimos alcaldes, al observarse en las encuestas un creciente apoyo popular, recibieron el respaldo de estructuras consolidadas. A pesar de ello, para la mayoría de los intermediarios entrevistados para el estudio esto es una muestra de un descontento de la ciudadanía con la manera como se hace la política en la ciudad. No obstante, ese rechazo solo se aprecia en estos comicios.

Año	Candidato ganador	Votación	Candidato perdedor	Votación
2007	Judith Pinedo (Movimiento ciudadano Por una sola Cartagena)	116.755 (44.2%)	Juan C. Gossaín (Colombia Democrática)	71,537 (27.1%)
2011	Campo Elías Terán (Alianza Social Independiente)	160.176 (55%)	María Bustamante (Movimiento Por una Cartagena social)	52.305 (17%)
2013 (Atípicas)	Dionisio Vélez (Partido Liberal-Partido Verde)	95.870	María Bustamante (Afrovides)	77.347
2015	Manuel Duque (Movimiento ciudadano Primero la gente)	127.440 (37.5%)	Antonio Quinto Guerra (Partido Conservador)	100.358 (29.5%)

Capítulo 3:

Los intermediarios del voto en Cartagena

1. Metodología

La presente investigación, como señaló en la introducción, es cualitativa y de corte exploratorio. Con este estudio se busca hacer progresar la teoría y dar voz a los intermediarios. Según Charles Ragin, en su libro *La construcción de la investigación social*, entre los fines de la investigación cualitativa se encuentra el dar voz a grupos de la sociedad “cuyas opiniones son oídas pocas veces por las audiencias de la sociedad mayoritaria debido a que rara vez se publican o se presentan en los medios de comunicación”. En ese sentido, añade el autor, las técnicas cualitativas que ayudan a descubrir las características y los aspectos útiles de estos grupos pueden contribuir mucho a que los investigadores construyan mejores representaciones de sus experiencias.

Población de estudio:

- Intermediarios del voto en la ciudad de Cartagena

Técnicas de recolección de datos:

- Entrevistas a profundidad

Como señala Ragin (1994), las entrevistas a profundidad, así como otras técnicas de la investigación cualitativa, subrayan el esfuerzo del investigador por descubrir el significado y la significación de los fenómenos sociales para las personas que experimentan estos entornos. Estas técnicas, sostiene este autor, en ciertas situaciones sociales son las más adecuadas para estudiar las interacciones de persona a persona, como considero que es el caso de la presente investigación.

Para la realización del estudio se entrevistó a 25 intermediarios de redes clientelares en la ciudad de Cartagena. Las entrevistas a profundidad y

semiestructuradas fueron llevadas a cabo entre los meses de junio de 2016 y enero de 2017. Entre junio y julio de 2016 se dialogó con 14 líderes mientras que en enero de 2017 con los 11 restantes.

Las entrevistas fueron realizadas con el muestro *snow ball*, en español, bola de nieve. Los primeros entrevistados recomendaron a otros y así sucesivamente se hicieron los contactos. Esta técnica se utilizó debido que permite contactar a personas de difícil acceso por parte del investigador.

Casi la totalidad de los intermediarios interrogados trabajan o trabajaron en el pasado en entidades públicas de la ciudad. Algunos tienen experiencia en cargos de elección popular, uno de ellos fue alcalde de un municipio cercano, cinco se desempeñaron anteriormente como ediles de sus localidades. Otros cinco hacen parte de las juntas de acción comunal de sus barrios. Los entrevistados viven en las tres localidades en las cuales está conformada la ciudad y pertenecen, principalmente, a los estratos 1, 2 y 3.

Localidades	Localidad 1	Localidad 2	Localidad 3
Número de líderes entrevistados	10	7	8

Líderes con experiencia en cargos de elección	Líderes sin experiencia en cargos de elección
11	14

Líderes	Exdiles	Miembros de juntas de Acción Comunal	Exalcaldes
Número de	5	5	1

El siguiente capítulo está dividido en siete secciones. Inicialmente se abordarán las cualidades que deben poseer los intermediarios para realizar su trabajo. En la serie de entrevistas realizadas se pudo identificar tres que son fundamentales: 1. Habilidad comunicativa. 2. Reconocimiento de una comunidad 3. Capacidad de persuasión.

Posteriormente, en la segunda sección, se describirá cuáles son sus motivaciones. Aquí se identificaron cuatro estímulos muy importantes: 1. Acceder a un empleo para él y sus amigos y familiares cercanos. 2. Obtener ganancias económicas. 3. Servir a la comunidad. 4. Pasión por la política y deseo de aspirar a cargos de elección en el futuro.

En la tercera se hablará sobre las funciones que cumplen en las redes: 1. Gestión para la comunidad e intermediación con las autoridades. 2. Orientación para el acceso a programas sociales. 3. Intermediación laboral

Luego, en la cuarta, se hablará sobre cómo movilizan a los votantes. Se pondrá énfasis en su relación con ellos en dos momentos: durante la campaña electoral y cuando esta se acaba.

En la quinta sección nos centraremos en el vínculo del bróker con el candidato que usufructúa sus servicios. Se realizará una tipología a partir de la fidelidad del intermediario respecto a este. En las entrevistas se identificaron cuatro clases de líderes: 1. *Líderes híbridos*: trabajan fielmente para un solo político, pero para las elecciones a otras corporaciones tienen independencia de decidir al candidato al cual apoyan. 2. *Líderes de estructura*: son fieles a una sola casa o estructura política y se ciñen a los lineamientos de esta. 3. *Agentes libres*: líderes independientes que escogen a sus candidatos antes de cada elección 4. *Puyaojos*: líderes que incumplen a los candidatos en las campañas.

Posteriormente, en la sexta, nos centraremos en las estrategias que se utilizan para monitorear los votos. Para ello abordaremos dos clases: el monitoreo que realiza el bróker a sus votantes y el que realiza el líder político al bróker. Un elemento determinante para realizar esta tarea es la zonificación que se lleva a cabo hasta dos meses antes a la elección. En la séptima parte, hablaremos de la identificación partidista de los intermediarios.

2. ¿Quiénes son los intermediarios o líderes en Cartagena?

El trabajo que realizan los intermediarios es clave en la época electoral en Cartagena. Los líderes, como son llamados en la ciudad, conectan a los políticos con los votantes.

Ellos son las personas que realmente tienen contacto con los que sufragan y saben cómo estimularlos para acudir a las urnas. Tienen una amplia comprensión de los barrios y sectores de la ciudad y, en especial, de sus necesidades y carencias. Así mismo, conocen las dependencias públicas y las leyes y normativas.

Los intermediarios pueden ser funcionarios públicos en ejercicio, antiguos políticos que han sido elegidos en cargos de elección popular y miembros de las juntas de acción comunal de sus barrios.

Aunque su labor en la movilización electoral es determinante: organizan reuniones políticas para sus candidatos, entregan recursos económicos para la zonificación, transportan a los votantes el día de la elección, ejercen como veedores electorales y compran votos. También cumplen otras funciones muy variadas: realizan gestiones para el barrio en el que tienen su caudal electoral (entre otras, limpieza de caños, arreglo de parques), para lo cual, cumplen labores de intermediación con las autoridades. Orientan a las personas para el acceso a programas sociales, especialmente, en los sectores en donde existen mayores necesidades, y,

adicionalmente, desempeñan labores de intermediación laboral para sus allegados.

Estas últimas funciones les permiten a los intermediarios reforzar su reconocimiento en las comunidades, cumplir al candidato con el compromiso del número de votantes y, por ende, acceder a un empleo o adquirir recursos para su bienestar y el de sus familias. Pero a la vez, estas acciones ayudan a legitimar y mantener las prácticas clientelistas en Cartagena, lo que a su vez genera un inmovilismo en el ejercicio de la política en la ciudad.

3. Características de los intermediarios

Los intermediarios deben poseer ciertas cualidades para poder desempeñar esta labor y mantenerse en ella durante varios años. Tres son determinantes: habilidad para las relaciones sociales, reconocimiento de una comunidad y capacidad de persuasión.

3.1. Habilidad para las relaciones sociales

Ser hábil para relacionarse con las personas es la primera cualidad. La amabilidad, la cortesía, el buen trato son aspectos que se valoran especialmente. *“El líder debe ser una persona sociable, que salude. A una persona antipática quién le va seguir, más bien le puyan el ojo, le sacan la plata”.*

El líder debe continuamente trabajar para mantener y/o aumentar su caudal. Para ello debe ir conociendo a más personas y, adicionalmente, debe fortalecer los lazos con los que hacen parte de ese caudal.

Así mismo, debe ser hábil para relacionarse con los candidatos para los que trabaja, primero cuando se realiza el contacto y, luego, durante los meses de la campaña. La base para que perdure la relación con un candidato es el

cumplimiento del compromiso del número de votos, por ello debe ser serio para realizar esta tarea o sino lo desplazan.

Adicionalmente, los líderes, especialmente los barriales, deben tener la habilidad de relacionarse con los funcionarios de las diferentes dependencias públicas de la ciudad y- también miembros de organizaciones privadas- para ayudar en la solución de las necesidades diarias de la comunidad.

3.2 Reconocimiento de una comunidad

Los líderes deben tener el reconocimiento amplio de la comunidad de un barrio o de un sector. ¿Cómo lo obtienen? Por el tiempo que llevan viviendo en él, como mínimo 15 años, y, principalmente, por las gestiones o favores que hayan beneficiado a sus miembros.

Los candidatos a cualquier corporación buscan intermediarios que conozcan gran cantidad de personas y, por ello, confían en los miembros de las juntas de acción comunal y, en especial, en sus presidentes. Ellos están permanentemente en contacto con las comunidades y, por consiguiente, tienen un conocimiento profundo de los posibles votantes y de sus necesidades. Los aspirantes también confían en personas que hayan desempeñado cargos de elección popular en el pasado, como ediles, alcaldes de municipios cercanos, debido a que tienen experiencia reconocida en la movilización de electores.

El líder va reforzando su reconocimiento con el paso del tiempo y en la medida que sea accesible y realice más acciones que beneficien a las personas de su comunidad o de su grupo. Hay intermediarios que se mudan de sus sectores, por ejemplo, una de las intermediarias afirma que vivió durante más de 30 años en el barrio La paz, ubicado en la Localidad 1, pero hoy vive en otro sector, sin embargo, a pesar de ello, continúa el contacto con su comunidad y mantiene parte de su caudal electoral.

Para la realización de las gestiones que refuerzan su estatus, el líder debe conocer de nociones de administración pública, reglamentaciones, leyes, normas.

Hay muchas de las acciones, como limpieza de caños, reparación de luminarias, las cuales cualquier ciudadano puede solicitar, pero que los líderes al tener el conocimiento terminan haciendo.

3.3. Capacidad de persuasión

La capacidad de persuasión aparece como otro elemento importante. Además de ser sociable y reconocido, el líder debe lograr persuadir a las personas para que voten por el candidato para el cual está trabajando. Entre las estrategias que puede usar está: venderle al votante la propuesta del candidato, hablar de qué manera el aspirante puede beneficiarlo de forma personal o a su comunidad y recordarle, como líder, las gestiones que llevó a cabo por el barrio o los favores personales que le hizo.

La habilidad para persuadir también la necesitan los líderes que compran votos. A pesar de que tienen el estímulo monetario, deben competir con otros líderes que también realizan esta labor y que, en determinados casos, pueden ofrecer más recursos.

4. Motivaciones

Los intermediarios responden a una serie de motivaciones para llevar a cabo su labor. En la realización de las entrevistas se pudo reconocer cuatro estímulos que son muy importantes: Primero, acceder a un empleo para él mismo o para sus familiares y personas cercanas. Segundo, lucrarse con los recursos que les son provistos durante la campaña por el líder político para el que trabajan. Tercero, realizar servicios sociales a la comunidad en la cual viven y, cuarto, pasión por la política y, en algunos casos, deseo de iniciar una carrera política por su cuenta al aspirar, eventualmente, a un cargo de elección popular. La mayoría de entrevistados señalaron tener varias motivaciones, especialmente, el acceso a un trabajo y servir a su comunidad. En algunos casos, a partir de sus respuestas, se pudo inferir la prevalencia de una de estas.

4.1. Acceso a un trabajo

Casi la totalidad de los intermediarios trabajan actualmente o lo hicieron en el pasado en alguna entidad pública de Cartagena. A pesar del paso de los años, la política sigue siendo vista como un medio para acceder a un empleo bien remunerado en la ciudad.

Eloisa realiza esta labor desde hace poco más de una década. *“Me inicié como líder porque me encontraba sin trabajo y deseaba obtener uno. Estamos en un país político y pensaba que una de las primeras posibilidades de obtener un buen empleo era a través de hacer campaña política, conseguir personas para obtener votos para el candidato en turno”.* (Eloisa, 2016)

Miguel, que lleva más 30 años en el oficio, relata los empleos a los que accedió por medio de la política:

*“Comencé en el año 1985 haciéndole campaña al doctor Alejandro Arrázola Carrasquilla. En ese momento él era presidente de la Asamblea de Bolívar. Empecé como líder por las muchas necesidades del barrio y muchas necesidades personales, en ese momento yo estaba desempleado. Él me ayudó a entrar directo a una empresa y me ayudó con necesidades que había en la comunidad, como útiles, uniformes. Después comencé como Álvaro Benedetti Vargas. Él es un amigo. Me motivé más con él porque iniciamos en el campo de la salud, siendo él primo de los dueños de la Clínica Vargas. En ese momento él me dio una ‘corbata’ de 2 años y 7 meses, en la alcaldía, como brigadista de playa (...) Trabajé con él hasta que salió el proceso 8.000 y lo metieron preso”.*¹¹ (Miguel, 2017)

Brenda, otra intermediaria, moviliza electores junto a su esposo desde hace más de una década. Reconoce que se inició en esta labor más por necesidad que por gusto.

“Mi esposo me motivó, yo nunca había estado en la política. Es más no me gusta, o más bien sí me gusta, lo que no me gusta es la politiquería que se ve aquí. Tengo más o menos 11 años que fue cuando me casé con él. Antes, como no

¹¹ Los puestos de *corbata* son los cargos de fachada que daban los políticos a cambio de votos. La persona que recibía el puesto realmente no trabajaba y solo se aparecía en la oficina a cobrar a final de mes.

*estaba en puestos políticos sino en entidades privadas, no sentía la necesidad. Pero, como a él le gusta esto y siempre ha conseguido puestos por los políticos, entonces por eso me ha tocado meterme en el cuento”.*¹² (Brenda, 2017)

Hay algunos líderes, cuya motivación, más que lograr un puesto para ellos, es obtenerlo para sus familiares y allegados. Este es el caso de Otoniel, un intermediario, quien sigue en la labor con el propósito de que empleen a sus hijos.

“En mi caso pido empleo. Yo le digo: doctor, yo voy a estar con usted, pero necesito que le dé empleo al hijo mío. Yo ya no necesito. Tengo tres hijos que están estudiando, ya una terminó la universidad. Aquí un recién egresado para conseguir trabajo lo tiene difícil. Aquí hay un montón de ingenieros recién egresados que no puedan ingresar a las empresas porque no tienen experiencia y yo creo que la experiencia la cogen trabajando. Hay que estar siempre amarrado a la política para uno poder conseguir. En mi caso yo conseguí trabajo en el Seguro Social, lo conseguí a través de un político”.

La entrega de los puestos públicos no se debe solo a una cuestión de reciprocidad, también hay un interés de fondo: el político les facilita el empleo a sus líderes más cercanos con el propósito de que en su cargo mantengan y- en algunos casos- aumenten el caudal electoral que poseen y lo pongan a su disposición en la siguiente elección. *“Ellos te dan un puesto para que ahí te desenvuelvas y continúes con el trabajo político”* (Mar, 2016)

Rosalba, exedil, describe la forma como un concejal, que lleva varios periodos en la corporación y actualmente continúa en ella, mantiene su estructura política a partir de la repartición de cargos públicos a sus intermediarios:

“El concejal sostiene a un grupo de gente desde hace rato y esa gente le es fiel. Esa gente sabe que su empleo está seguro. Ellos se comprometen con un número de votos y cumplen. Están pendientes de sus votantes, si la persona se enfermó,

si necesita un médico. El concejal les da sus puestos y ellos lo eligen, la estructura de votos la sostienen... Si tú estás pendiente de tu rebaño y tu rebaño cuida al rebaño más extenso, ¿cómo te vas a caer? no te vas a caer nunca". (Rosalba, 2017)

Para la entrega de los puestos, los políticos miran los perfiles de las personas. El intermediario debe tener paciencia y esperar porque a veces no hay disponibilidad.

4.2. Deseo de lucro

Los candidatos remuneran a sus intermediarios con empleo, como se expuso anteriormente. Pero también lo hacen con favores y, especialmente, con dinero.

Durante los meses de campaña (entre tres y cuatro aproximadamente) el candidato entrega recursos económicos a los líderes, especialmente a los que movilizan más electores. A los que reciben más dinero, generalmente, no le dan empleo ni les hacen muchos favores, porque consideran que ya recibieron su pago.

"Hay gente que le dan 15, 20 millones, pero después a ellos, normalmente, no les dan nada. Hay otros que sí les dan, hay gente que moviliza hasta 500 personas. Nosotros tenemos un amigo que es de el Líbano (barrio), él moviliza 500 y las pone un solo punto. Y aparte de la plata le dan sus buenos contratos". (Brenda, 2017)

Hay líderes, que aparte de los recursos estipulados para movilizar los electores, les dan una especie de bonificación-salario durante los tres meses previos a la elección. Esta bonificación mensual está entre los \$600.000 y los \$2.000.000 millones.

Los contratos de prestación de servicios son la forma de remuneración más apetecida. Teresa, una de las intermediarias entrevistadas, trabajó para la campaña a la alcaldía de Campo Elías Terán. Ella se desempeña como contratista del distrito desde el período de Terán en el Palacio de la Aduana.

“Cuando llega Campo Elías a la alcaldía, él sabía que yo tenía conocimiento de la oficina de control de riesgo. Él me dijo: yo te necesito ahí y, desde Campo para acá, yo me desenvuelvo como contratista en la oficina de control de riesgo. Hay veces que en el año que contrato siete meses, hay veces que contrato nueve meses, hay veces que contrato diez meses. Me ha servido mucho para mi patrimonio” (Teresa, 2017).

4.3. Servicio a la comunidad

Servir a la comunidad en la cual viven los intermediarios es otra motivación importante. Fue mencionada con mayor frecuencia, especialmente, por los que realizan su labor en barrios de más escasos recursos (San Francisco, La Esperanza, La Candelaria y Santa Rita). En aquellos sectores existen las mayores necesidades y el trabajo del líder comunal es fundamental en la solución de problemas.

Alejandro, líder del barrio San Francisco, afirma que las necesidades de su comunidad fueron su primera motivación. *“A veces la clase política se acercaba solamente en tiempo de elecciones. Yo dije junto un grupo de compañeros que nosotros mismos con nuestras capacidades podríamos solucionar los problemas. Así en el barrio surgió un movimiento comunitario con el que se consiguieron muchas cosas”*, señala.

Eduardo, del barrio La Candelaria, dice que se inició como líder con el propósito de lograr la pavimentación de la calle donde vive, para lo cual se creó un comité pro-pavimentación junto a otras personas de su comunidad.

Por su parte, Harold, líder del barrio La Esperanza, señala que realiza la labor de intermediación para comprometer a los políticos para que “den mejorías para las comunidades”. “A mí me motivó en la situación de abandono en que se encontraba mi comunidad”, señala Jairo, líder de Santa Ana, población ubicada en las Islas de Barú.

De acuerdo con Holland y Palmer Rubin (2015), los intermediarios promueven los intereses colectivos de su comunidad por dos razones: altruismo o porque en la búsqueda de los objetivos refuerzan su posición en ella.

4.4. Pasión por la política

Javier Cáceres Leal, expresidente del Senado de la República, es el líder barrial cartagenero que ha llegado más lejos en la política nacional. Cáceres realizó la labor de intermediario en el barrio San Francisco. Sin formación universitaria- se desempeñó durante varios años como guía turístico- y con fuerte arraigo popular, llegó al concejo de Cartagena a principios de los ochenta.

Durante más de una década, encabezó una poderosa coalición de concejales que fue conocida como Partido Único del Concejo¹³, de la que hicieron también parte los exalcaldes Alberto Barboza y Nicolás Curi. Esta coalición controló la burocracia distrital y aprobó una serie de medidas controversiales, como la privatización de las Empresas Públicas Municipales.

En 1998 llegó al Senado de la República y se hizo reconocido por sus debates por el escándalo de Dragacol. Con su lema ‘chuzo a los corruptos’, fue reelegido en 2002 y 2006. En 2009, en el mejor momento de su carrera, llegó a la presidencia del Senado. Un año más tarde su poder se empezó a desmoronar, la Corte Suprema le dictó medida de aseguramiento por nexos con paramilitares. En 2012 el alto tribunal lo condenó por el delito concierzo para delinquir.

Cáceres es un ejemplo de lo que Dávila (2002) llama la consolidación de la política plebeya, que define como la llegada a los espacios de representación de los intermediarios políticos, los cuales estaban reservados a los grandes jefes políticos. Sin embargo, estos políticos, como Cáceres, mantienen las prácticas clientelares, “perpetuando los códigos de intermediación particularista, basados intercambios puntuales y personalizados, así como restringidos a los miembros de las pequeñas redes” (2002, p.217).

¹³ El PUC del Concejo. Ver: http://www.revistaelmetro.com/metroweb/puc_cartagena.html

La pasión por la actividad política es un elemento común que se encontró en las entrevistas con los intermediarios, en especial, los que se han desempeñado en el pasado en cargos de elección popular. Esa pasión para muchos viene por herencia familiar, su padre o madre cumplieron la función de intermediarios cuando ellos eran jóvenes.

Algunos de los miembros de las juntas de acción comunal ven en su trabajo la oportunidad para reforzar su reconocimiento y estatus en la comunidad y, a la vez, relacionarse con los concejales y ediles de la ciudad, lo que les permita, eventualmente, aspirar a ser elegidos en estos cargos. Este es el caso del Rafael, presidente de una junta de acción comunal, quien quiere aspirar en las próximas elecciones a la Junta Administradora Local de su localidad.

“El interés de relacionarse con un concejal es que lo vayan apoyando a uno en las necesidades laborales de las personas, recomendaciones, favores. Uno tiene esa relación para ir trayendo cosas al barrio, para tener reconocimiento y para luego, Dios mediante, acceder a un cargo”.

Las Juntas Administradoras Locales se han vuelto apetecidas para los políticos. Gracias al decreto 0581 y a la Ley 1617 o de Distritos, que cobija a Cartagena por ser distrito especial, los ediles devengan un salario que corresponde a un porcentaje del salario del alcalde local de la jurisdicción a la que pertenecen. Durante un año, un edil ejerce su función en 4 periodos de dos meses, de 35 sesiones cada uno y gana en promedio 4 millones de pesos por periodos sesionados.¹⁴ Entre las tareas que cumplen los ediles están las de control político y aprobar el Plan de Desarrollo Local. Adicionalmente, cada localidad tiene un presupuesto estimado de 10 mil millones de pesos en el Fondo de Desarrollo Local, el cual deben determinar en qué se invertirá (El Universal, 2017)¹⁵

¹⁴ Los ediles son elegidos en las elecciones regionales, en las que también los ciudadanos votan por alcaldes, gobernadores, concejales y diputados. El período del edil es de 4 años.

¹⁵ Ver “Ediles municipales del país se quedaron sin salarios” en <http://www.eluniversal.com.co/politica/ediles-municipales-del-pais-se-quedaron-sin-salarios-243809>

Debido a lo anterior, las elecciones a esa corporación son cada vez más disputadas. Los candidatos de las estructuras políticas de la ciudad invierten cuantiosos recursos en sus campañas y a los líderes barriales se les ha hecho difícil participar en igualdad de condiciones.

Marlon, un exedil de la localidad 1 de la ciudad, que fue derrotado en su intento de reelegirse en las elecciones de 2011, relata su experiencia:

“Cuando se dividieron las localidades se buscaba que fueran divididas homogéneamente, lo más igual posible. Pero en esta localidad a nosotros nos toca pelear con la gente de Bocagrande. Con la gente poderosa que tiene una estructura bien montada y definida y uno le queda muy duro. Por ponerte un ejemplo, yo he sido el único edil de esta zona que he salido, prácticamente, los demás ediles viven en Manga, Bocagrande, Crespo, porque realmente es muy desigual esta localidad, es muy heterogénea. Competir uno, que es de estrato 1, con gente de estrato 6 es difícil”. (Marlon, 2016)

Hasta 2007 las Juntas Administradoras Locales de Cartagena se elegían por comunas. La ciudad estaba dividida en 34. Desde ese año, se eligen 27 ediles, nueve por cada una de las tres localidades que abarcan barrios de todos los estratos, especialmente la 1¹⁶.

Leandro, exedil, que fue elegido en 2001, cuando existían aún las comunas, manifiesta una opinión similar:

“Me preguntan si me lanzo a la JAL y yo digo que no. 120 millones vale la campaña. Eso es muy fuerte, eso es con platica. Yo apoyo a alguien que viva en Manga, pero que desde su edificio mire hacia San Francisco”.

5. Funciones de los intermediarios

Como señala Zaragaza (2014), el estudio de los intermediarios en las redes clientelares se ha enfocado, principalmente, en la función que cumplen en la

¹⁶ Las tres localidades son: Localidad 1: Histórica y del Caribe norte; localidad 2: De la Virgen y Turística; y localidad 3: Industrial y de la Bahía.

movilización de electores, sin embargo, ellos llevan a cabo otras labores que son importantes y también requieren atención. En esta sección, abordaremos tres: gestión para la comunidad, orientación para facilitar el acceso a programas sociales e intermediación laboral.

5.1. Gestión para una comunidad

Los intermediarios, principalmente los líderes barriales, realizan gestiones para el beneficio de su comunidad, especialmente, en los barrios populares en los que las necesidades son más apremiantes.

Las tareas que cumplen son amplias: gestionan obras de infraestructura para su sector, como la pavimentación de una calle, el mejoramiento de un puesto salud y el arreglo de un parque o cancha deportiva. También, realizan acciones, a partir de necesidades del momento, como solicitar el arreglo de las luminarias, pedir la limpieza de los caños, llamar a la empresa de energía en caso de que se dañe un transformador. Así mismo, ayudan a los vecinos con necesidades personales y apremiantes, como socorrer a una familia que no tiene los recursos para pagar el servicio de sepelio de un fallecido.

“Entre líderes nos reunimos y hablamos sobre qué podemos conseguir, la pavimentación de la calle, limpieza de caño, la limpieza de la alcantarilla. Nosotros cada seis meses podemos conseguir un servicio de limpieza de alcantarillado y cada seis meses lo estamos haciendo. La limpieza de los caños. Nosotros socializamos: les decimos que no tiren basura a los caños. Hay lámparas que se dañan, nosotros vamos y cogemos el número y llamamos al alumbrado público y vienen y nos las cambian y así”. (Harold, 2017)

Para la realización de estas tareas, el líder realiza labores de intermediación con las autoridades. Y, para ello, la interacción con un concejal es importante debido a que los cabildantes tienen relación directa con altos funcionarios de la alcaldía (algunos de ellos, en determinados casos, pueden ser de su propio grupo político).

“Para ser líder comunal uno debe tener su padrino político para que las cosas le puedan funcionar (...) Cuando yo necesito al director del Ider (Instituto de Deporte y Recreación), a la secretaria de educación, el concejal amigo nos hace el puente” (Leandro, 2016)

El líder utiliza los contactos en la administración distrital que le suministra el político. Debe tener la habilidad de entablar buenas relaciones con los funcionarios de diferentes oficinas y obtener de ellos las soluciones. Con el apoyo del político, generalmente concejal, el líder va conformando un listado de personas a los cuales acudir en caso de necesidad. Si es muy habilidoso, puede lograr un vínculo más cercano con esos funcionarios, lo que le permita, en un futuro, no tener que utilizar a su concejal como puente sino dirigirse directamente a ellos.

Para realizar estas tareas el intermediario debe ser persistente, “entrón” y saber persuadir.

Ese capital social acumulado, entendido como la cantidad de recursos derivada de las conexiones y la pertenencia a ciertos grupos, como señala Auyero (2001), es lo que diferencia claramente a los líderes de sus votantes, a pesar de que pertenecen a la misma clase social.

El líder también establece contactos con empresas privadas y fundaciones, que pueden llegar a facilitar bienes y obras. Leandro recuerda que, durante su período como edil, pudo lograr el arreglo del parque principal de su barrio gracias al apoyo económico de la empresa Sacsa, la concesionaria del aeropuerto Rafael Núñez, que se ubica en cercanías de su sector.

5.2. Orientación sobre programas sociales y salud

Otra función que cumplen los intermediarios en sus redes de votantes es la de brindarles asesoría en el acceso a los programas sociales y los servicios de salud.

El líder barrial se vale de su conocimiento (tiene comprensión sobre el régimen subsidiado y sabe qué puntajes en el Sisbén¹⁷ se requieren para acceder a los subsidios del estado) y de los contactos que tiene en las oficinas públicas para orientar.

Leandro asesora a las personas con el Sisbén. Él les informa a los que no tienen el carné subsidiado o que desean obtener un puntaje menor los documentos que debe llevar a la oficina de la ciudad. Luego les habla sobre el puntaje que se necesita para acceder a todos los beneficios: *“Yo les digo: para tener el subsidio de vivienda tienes que tener un puntaje de 44 hacia abajo, para inscribirlo en el adulto mayor tienes que tener mínimo 58 años, con un puntaje de 43.83. Para la salud, para que te den un carné subsidiado, tienes que tener mínimo un puntaje de 54.86”*. Adicionalmente, les recomienda qué decir y qué no para que el puntaje no sea superior a 44.

Esta serie de recomendaciones y asesorías tienen también un fin electoral: “Hay personas que se han ganado el año conmigo. Sacan Sisbén en puntaje 22. Con eso tienen el adulto mayor, subsidio de los hijos, de vivienda, carné subsidiado...Entonces hay gente agradecida, que dice que se va con el candidato que yo apoyo. No son 10 ni 15. A veces son hasta 80 fieles” (Leandro, 2016),

Los líderes también orientan a las personas sobre los requisitos para los subsidios de vivienda que se deban tramitar ante Corvivienda, entidad encargada en la ciudad y sobre gestiones de medicamentos con el Dadis, la secretaria de Salud.

“Trabajamos por la comunidad y las personas se dan cuenta...Me dicen también, mira que mi papá quiere entrar a la tercera edad, entonces yo le digo vete a tal parte con los papeles para que lo atiendan. Entonces como uno conoce personas, uno le dice pregunta por fulanita, coge tu turno y ella te orienta. Y así también con Familias en Acción. En el Dadis, a veces hay personas a las que no quieren darle

¹⁷ Sisbén es un sistema de información que identifica a las personas y familias, de acuerdo a sus condiciones socioeconómicas, para que puedan acceder a los potenciales beneficios de subsidios dentro de los programas sociales.

las medicinas, entonces les decimos: llégate a donde este señor y exponle ese caso y te resuelve” (Miguel, 2017).

Muchas de las gestiones las realizan de forma gratuita y solo les piden a las personas el dinero de los transportes. A veces hasta acompañan personalmente a las personas a citas médicas.

David, otro líder, afirma que realiza estas labores, pero prefiere guiarlos y que finalmente ellos realicen por sí solos sus gestiones:

“A pesar de que estamos hablando de la universalidad en el sistema de salud, pero aún hay gente que te viene a buscar porque necesita una cita médica. Entonces con las relaciones que maneja uno gestiona. Hay amigos que están en el grupo que lo ubican a uno y uno va y coadyuvar en la solución del problema. Nunca me ha gustado solucionarle los problemas sino coadyuvar. Yo te hago esto, tú lo llevas allá, a la oficina. Que la gente sea participe de la solución” (David, 2016).

5.3. Intermediación laboral

La tercera función- y no menos importante- es la intermediación laboral con las personas de su red. El líder, especialmente el que es más cercano al político porque le aporta más votos o tiene mayor confianza, gracias a sus conexiones ejerce como intermediario laboral para las personas que lo apoyaron con votos. Esas personas pueden ser familiares, amigos y líderes menores.

Como en una cadena, al igual que el político retribuye a los líderes que le cumplen con los votos con cargos públicos para que ellos continúen desde sus puestos el trabajo de intermediarios, él también busca retribuir a sus familiares, amigos, allegados que le ayudaron mantener su caudal político con el propósito de que no peligre en la próxima elección.

“Uno tiene siempre una listica. Y cuando ve algo dice: ven acá, tráeme la hoja de vida. A veces no es con el político, sino que uno hace gestiones personalmente.

Uno se entera que en tal parte hay una necesidad de personal, entonces uno dice: ayúdame”. (Mar, 2017)

Mar señala que cada vez es más difícil ayudarle a gestionar un empleo a los allegados porque hay muchos políticos que no cumplen.

“Uno no quiere incumplirle a la gente. Para cuidar su personal, uno tiene que buscar donde retribuir lo que recibió de ellos. Si tú quieres permanecer, tú tienes que servir, tienes que atender, tienes que ser atento”. (Mar, 2017)

6. Movilización electoral

La movilización electoral es la principal función de los intermediarios. Los líderes organizan reuniones políticas para sus candidatos, entregan recursos económicos para la zonificación, transportan a los votantes el día de la elección, ejercen como veedores electorales y compran votos.

6.1. Reuniones políticas

Las grandes reuniones políticas o mítines son cada vez más escasos en Cartagena. Los candidatos ya no le apuestan, como antes, a grandes concentraciones, sino que prefieren la realización de reuniones más pequeñas a las que acudan entre 30 y 50 personas.

Los candidatos afirman que se llevan a cabo para tener un mayor acercamiento con sus posibles votantes, lo cual no se puede en las concentraciones masivas. Sin embargo, Brenda tiene una explicación distinta:

“Los políticos no son bobos. Ellos se han dado cuenta que las personas iban a esas reuniones es a comer. Terminaban siendo un gasto de plata que no aporta ningún voto”.

Las pequeñas reuniones las realizan los líderes de mayor confianza. El candidato les aporta los recursos para la logística y la comida. Generalmente, el dinero que

les entrega es superior a lo que se necesita, por lo que el intermediario se queda con el remanente.

Durante la charla con el político, el líder pasa unas planillas en las cuales los participantes anotan su nombre, dirección, puesto de votación y localidad en la que sufragan.

6.2. La zonificación

La zonificación es clave en la época electoral. Le permite al político realizar un aproximado de cuántos votos puede sacar. Además, le sirve para monitorear el cumplimiento de sus líderes, como veremos más adelante.

Los candidatos, especialmente los concejales, tratan de tener registradas, al final del proceso de zonificación- dos meses antes de la elección- a la mayor cantidad de personas posibles, entre el doble y el triple del número de votantes que necesitan para ser elegidos.

“Por ejemplo, un candidato al concejo zonifica 20-25 mil votantes para sacar 7 mil. Ellos trabajan con el 30%, que son los que votan. Por ejemplo, si un concejal zonifica 9.000 él no va a salir”. (Otoniel, 2017)

Estos registros los consolidan a partir de los listados de votantes que le pasan sus líderes, los cuales tienen el número de cédula, el número de mesa en la que vota y el número de celular.

El candidato le pide a su intermediario que zonifique a sus votantes en un solo puesto y establece con él el número de electores a los que se compromete a movilizar. Los líderes, a su vez, zonifican por lo menos el doble de la cifra para tener su margen de error.

“Nosotros le pasamos unos listados con gente que probablemente va a votar, probablemente, porque los votos solo se ven en la urna. Le hacemos un listado como de 150 personas, ellos saben que esas 150 personas no te van a votar, pero si logras por lo menos la mitad consideran que les cumpliste”. (Brenda, 2017)

La zonificación de los votantes en un solo sitio le facilita al intermediario el trabajo de transportarlos el día de la elección, ya que las personas en Cartagena, de acuerdo con el testimonio de la mayoría de intermediarios, están acostumbradas a que las lleven a votar.

“No es lo mismo llevar 20 personas a un solo punto de votación que llevarlos a varios puntos. Tú los montas en un carro y los llevas en grupo a que voten”, señala (Roberto, 2017)

También es una forma de que el candidato se asegure que no tenga contratiempos en llevarlos. *“Si yo les digo que tengo tantos votos en varias partes de la ciudad, ellos piensan en qué tiempo voy a llevar esa gente”* (Roberto, 2017)

Sin embargo, la zonificación encarece los gastos. Los candidatos tienen que entregarles recursos a sus líderes para que lleven a las personas o los estimulen a ir por sí mismos.

“No podemos desconocer que en esto se maneja el dinero ni tampoco vamos a descubrir que el agua moja ni mucho menos. Ellos (políticos) manejan su infraestructura y ellos le dan a uno un auxilio de marcha para uno poder movilizar a la gente, tener su transporte, tener el acceso de brindarle un refrigerio”, apunta Eduardo.

6.3. El día de la elección

Los líderes realizan varias labores durante el día electoral: contactan a sus votantes desde temprano, los buscan en sus casas, los transportan al sitio de votación, a algunos les pagan y luego los regresan. En el recorrido, también pueden ofrecerles desayuno, almuerzo o refrigerios para estimularlos. Ciertos líderes con los que el candidato tiene una mayor confianza los designan testigos electorales para que vigilen a otros líderes menores, con los que no existe un vínculo fuerte.

El día anterior a la elección el intermediario recibe los recursos económicos del candidato para llevar a cabo estas tareas. *“La plata que se da en política es la*

que se da el sábado y el domingo. Esa es la que vale. La que te dieron antes es para tú posesionarte” (Roberto, 2017).

La mayor parte de ese dinero es para comprar votos. La totalidad de los entrevistados reconoce la existencia de este fenómeno en la ciudad. Algunos de ellos aceptaron que lo hacen.

Un presidente de una junta de acción comunal de un barrio popular, quien mantiene una relación con sus votantes a menudo, reconoce que compra votos, pero por menos dinero que los otros. Él les recuerda a ellos las acciones que ayudó a gestionar para persuadirlos de que le den el voto a él y no al que ofrece más dinero.

“Cuando viene la época de elecciones, uno le dice al concejal: la vaina está maluca, porque viene mucha gente de afuera que viene con platica... entonces, él dice cuál es el miedo, ustedes también la van a tener. Pero no siempre es lo mismo. Hay candidatos que se lanzan por primera vez y compran el voto por 50 mil. Entonces yo le digo a la gente: si ya te dieron tus 50 agárralos que yo te doy 20 y con todas las connotaciones (sic) que tienes ya tienes 70, con esos 70 vas ganando. Me ayudas a mí, trabajamos en unión, armonía y hermandad y ganamos todos. Ganas tú con tu carné y tus beneficios y gano yo que me mantengo en el ‘perreo’ todavía”

Un líder de un barrio de clase media de la ciudad, que también reconoce la compra de votos, afirma que la relación con sus votantes, a diferencia de lo que manifestaron los líderes de otros sectores con más necesidades, es solo en los meses de campaña y puntualmente el día de la elección donde intercambia dinero por los votos.

“Aquí el día de la elección es: yo te doy tanto, tú me das tanto. Esa es la verdad. Yo no me comprometo con el político que me ayude con el parque porque yo sé que si yo no les doy la plata el día de las elecciones, aunque me hagan el mejor parque, ellos no me van a votar”.

Añade que la gente no se mueve por las gestiones que él pueda hacer por la comunidad y relata una experiencia que vivió:

“Yo, la primera vez que hice política, quise hacerla a lo bien. A mí me dieron unos puestos, me pidieron un personal. A otros les di unas becas. Y el día de las elecciones, como no les di plata, no me votaron. Entonces, yo ya no me comprometo con nadie. Sino el día de las elecciones les digo: coge. No me gusta, pero yo mejor les doy 30 mil pesos y me quito ese problema de encima todo el año”.

7. Relación con el político

Esta sección se realizará una clasificación de tipos de intermediarios, de acuerdo a la relación que tienen con el candidato o la estructura a la cual prestan sus servicios: 1. *Líderes de estructura*: son fieles a una sola casa o estructura y se ciñen a los lineamientos de esta. 2. *Agentes libres*: líderes independientes que escogen a sus candidatos antes de cada elección 3. *Líderes híbridos*: trabajan fielmente para un solo político, pero para las elecciones a otras corporaciones tienen independencia de decidir al candidato al cual apoyan 4. *Puyaojos*: líderes que incumplen a los candidatos en las campañas.

7.1. Líderes de estructura

Son los intermediarios que mantienen una relación de fidelidad por años- y algunos por décadas- con una sola casa política. Son disciplinados y se ciñen a los lineamientos que esta establece sobre los candidatos que se deben apoyar en las elecciones a las diferentes corporaciones.

En la relación entre el líder de estructura y la casa política están presentes valores como la confianza y la lealtad. El líder valora a sus miembros y les tiene agradecimiento por los favores recibidos. Además, está interesado en que sus candidatos sean elegidos no solo por los beneficios que pueda alcanzar sino también porque cree en ellos.

El líder tiene una relación directa con el jefe de la estructura, al que reconoce como tal, y quien lo atiende en cualquier momento así no esté en campaña. Algunos líderes tienen aspiraciones políticas y saben que si cumplen con su número de votantes pueden ser tenidos en cuenta más adelante para una oportunidad electoral.

Para una mayor comprensión del líder de estructura, se reproducirá, a continuación, apartes del diálogo sostenido con Mar, una intermediaria que trabaja con la Casa García desde hace más de dos décadas. Ella se desempeñó como alcaldesa de un municipio cercano a Cartagena y actualmente realiza su trabajo en la ciudad:

“Yo nací en esa casa. Tengo mucha gratitud porque he sentido respaldo. Y respaldo no es por dinero, respaldo es por una orientación”.

“¿Cómo se crea esa relación de fidelidad? Por el reconocimiento de tu persona. Cuando ellos te llaman, te invitan, tú te sientes identificado y no tienes que ir a otro lugar donde no te identifiquen”.

“Si el político te identifica es porque te reconoce y si te reconoce te tiene en cuenta para cualquier oportunidad. A veces no es el dinero son las oportunidades que ese dinero no va a suplir”.

“(La Casa) Eso es una red. Mi concejal sube con el alcalde y el gobernador y el diputado. Cuando llega el congreso esa red sigue y se proyecta hacia la presidencia. Y es por eso que uno puede tener muchas relaciones. Es como una red de ventas, la base te hace llegar a la cúspide. Y así es como uno se relaciona en la política. A mi miden por mi concejo, eso se llama mi potencial electoral”.

“Hay gente que critica a la Casa García, pero, ¿por qué se mantiene? Porque en la Casa García hay puertas abiertas a toda hora. Tú puedes llegar y te atienden. No es trabajo solo por elecciones, es trabajo las 24 horas del día, los 365 días del año. Tú como político si quieres permanecer tienes que tener las puertas abiertas siempre y buscar la manera de ser agradable así sea inoportuno lo que te van

decir porque tu trabajo no es por un día... Ellos no cierran puerta y el jefe principal te atiende. Tiene días, tiene un cronograma”.

“Tú vas y preguntas: ¿el jefe qué día atiende en la semana? Y te anotan. Te dicen: véngase tal día. Y ese día tú no lo pierdes. Y no está en campaña y te atiende y te soluciona. Él tiene su caja menor y se mete la mano en el bolsillo. Aun cuando tú no vayas a pedir nada, él dice: dale a este muchacho algo para los pasajes. Ese tipo sale contento y entonces eso se le pega a uno. Yo no estoy en política, no tengo plata, pero no dejo que le persona se vaya sin ayuda”.

“Ellos tienen listado de gente, por ejemplo, si tú necesitas que en Bogotá te muevan tal cosa, él (jefe político) tiene su senador allá y anota. Y ahí mismo llama: fulano, aquí tengo el cacique de tal parte, ese que te puso los votos a ti, carajo, necesita esto y esto, sácaselo y me llamas apenas eso esté. Ya tú te vas contento porque él habló”.

“Los García no son rateros ni malvados, son personas abiertas. Tienen diferentes clases de modalidades para conseguir trabajo, contratos. Te llaman y te dicen: mete a tantas personas a hacer este contrato. Trabajos al alcance del pueblo porque todo no puede ser de escritorio, no todos sirven para el escritorio. Ellos llevan el servicio al pueblo y si la gente está comiendo, así sea su platico de arroz, tiene para responder”. (Mar, 2016)

7.2. Agentes libres

Son los intermediarios que no tienen compromiso de vieja data con ningún político ni casa política. El agente libre es independiente, es una especie de comerciante de votos que contacta a varios candidatos y decide, antes del inicio de la campaña, a cuál va a apoyar tras una negociación en la que se tiene en cuenta la cantidad de dinero que este le ofrezca.

“Llega el político y uno hace la parafernalia de cuántos votos uno tiene y se hace un negocio. Los políticos se mueven dependiendo de la conveniencia, están en el partido verde, azul, rojo, amarillo” (Eduardo, 2016).

A diferencia del líder de estructura que mantiene una relación constante con el candidato, el agente libre solo interactúa con él en los meses que dura la campaña. A pesar de ello, a diferencia del líder *puyaojo*, este tipo de líder puede cumplir con el compromiso de votos al candidato, pero en la campaña siguiente decidir apoyar a otro aspirante de una estructura o partido distinto.

El agente libre no tiene afiliación partidista ni ideología política. Puede trabajar con candidatos de diferentes partidos en una misma elección sin ningún problema. Y puede llegar a ser un duro crítico de la actividad política.

7.3. Líderes híbridos

Son los intermediarios que llevan trabajando durante varios años para un solo político (generalmente, concejal), pero tienen independencia de elegir a qué candidato apoyan en las elecciones a otras corporaciones. Son híbridos porque pertenecen a la estructura de un político, al cual le deben fidelidad, pero a la vez también ejercen como agentes libres cuando el puesto de él no está en juego.

La relación de fidelidad entre el líder y el político se construye a partir del cumplimiento de los compromisos de las partes: el intermediario moviliza el número de electores establecido y el político, en retribución, lo remunera con lo que solicitó, sea dinero o empleo. Si una de las partes no cumple la relación se empieza a resquebrajar.

El vínculo es constante y va más allá de la campaña electoral. Al igual que en la relación entre el líder de estructura y su casa política, aquí también están presentes valores como la confianza y la gratitud.

La relación entre los dos no es de subordinación. El líder sabe que el político se elige con sus votos, por consiguiente, exige buen trato y retribución.

“Yo a veces le hablo seco al concejal porque yo fui el que le puse los votos y él tiene la credencial por eso (...) Me preguntan a veces, ¿Por qué le hablas con esa sinceridad? Porque él sabe que yo no represento 3, 4 votos sino 170. Eso le da cierto liderazgo a uno, que cuenta con ellos”. (Leandro, 2016)

El líder híbrido muestra su independencia al político cuando lo considera conveniente:

“Las elecciones antepasadas (a la alcaldía) el candidato mío estaba con la difunta María del Socorro Bustamante y yo le dije yo no voy por ahí, yo voy con mi otro candidato. Él a mí no me puede obligar a eso. En estas elecciones, él me dijo: vamos con Quinto Guerra, yo le dije: vamos”. (Otoniel, 2017)

Como se señaló anteriormente, la relación del líder híbrido es principalmente con un concejal, pero hay casos en los que no. Marlon, líder del barrio Santa Rita, trabaja poniéndole votos a Efraín Cepeda, senador del departamento de Atlántico, desde las elecciones legislativas de 2010. Afirma que hizo el contacto con un parlamentario que no tiene ninguna vinculación con Cartagena y Bolívar porque los congresistas del departamento que ha apoyado no le han cumplido los compromisos establecidos.

“Él (Cepeda) es una persona que nos ha cumplido. Ideológicamente puede haber diferencias, pero el tipo nos ha cumplido. El tipo empeña su palabra y cumple. Los pactos que hemos hecho con él, a nivel de trabajo, él nos ha cumplido”. (Marlon, 2016)

Destaca que el senador los deja libres para las elecciones a cargos municipales y departamentales. “Él en la cuestión doméstica de Alcaldía, Gobernación, no se mete. “Él no direcciona nada. Él solo le interesa su Senado”.

Hay otros líderes, como Eduardo, que mantienen la relación con candidatos que se han lanzado sin éxito varias veces a una corporación, pero valores como confianza y la gratitud han hecho que permanezca el vínculo:

“Tengo una persona con la que vengo trabajando hace un tiempo. Es una persona que ha intentado ser concejal, en tres oportunidades, pero no ha logrado la credencial. Yo no tengo necesidad de ir a su oficina ni a su casa. Él es una persona que cualquier día me llega aquí a la casa. Esas son cosas que le gustan a uno. Yo no digo que él sea un santo, una persona que reza el rosario, como

persona debe tener sus defectos y sus fallas, pero dentro lo que yo conozco es excelente". (Eduardo, 2016)

7.4. Líderes Puyaojos

Los *puyaojos* son los líderes que les ofrecen sus servicios a varios candidatos en la campaña y al final no les cumplen. Otros autores como Velasco et al. (2016) los llaman maliciosos. La motivación de este tipo líder es exclusivamente económica. Les dicen *puyaojos*, porque en Cartagena coloquialmente se entiende que *puyar el ojo* es robar. Ellos le *puyan el ojo* al candidato, le roban la plata. Los *puyaojos* hoy están aquí y mañana están allá. En la misma campaña dicen que están apoyando un candidato y luego dicen que están con otro. Sacan el listado de zonificación de sus votantes y se lo entregan a cada candidato y cada candidato les da sus recursos.

Últimamente, de acuerdo con algunos intermediarios, las campañas, sin distinción partidista, han conformado un listado de líderes *puyaojos* que se van pasando de comando en comando para prevenirse de ellos.

Adicionalmente, según Miguel, los candidatos están revisando los listados de la zonificación, que tienen los teléfonos celulares de los votantes, y los están llamando para confirmar por quién van votar. *"Esas son las nuevas tácticas que están implementando para que no los engañen. Dicen que los políticos son malos, pero es que a ellos también los engañan"*, añade.

Tipología de intermediarios

Tipos de líderes	Relación con el político: Exclusiva en la campaña/ más allá de la campaña	Motivación	Fidelidad

Líder de estructura	Más allá de la campaña	Trabajo Deseo de lucro Pasión por la política Servicio a comunidad o grupo	Fidelidad a la casa o estructura política
Agente libre	Exclusiva en la campaña	Deseo de lucro	No tiene
Líder híbrido	Más allá de la campaña	Trabajo Deseo de lucro Pasión por la política Servicio a la comunidad o grupo	Fidelidad a un político
<i>Puyajo</i>	Exclusiva en la campaña	Deseo de lucro	No tiene

8. Monitoreo de los votos

8.1 Monitoreo del bróker a sus votantes

El intermediario monitorea que el votante que se comprometió a apoyar a su candidato le cumpla. Para ello utiliza dos estrategias: solicita y le saca copia al certificado electoral del votante y revisa los formularios E-14 de la Registraduría Nacional.

El E-14 tiene el reporte del número de votos que obtuvo cada candidato por mesa y está publicado en la página web de órgano electoral. Con la lista de los votantes

zonificados, que le presentó al candidato antes de la elección, el líder revisa si estos cumplieron o no. La revisión no es totalmente exacta, pero sí le permite llegar a algunas certezas.

Una líder describe cómo verifica su votación:

“Por ejemplo, tengo un votante en la mesa 20, yo no tengo la certeza de que el votó porque no entré con él, pero cuando yo reviso cuántos votos sacó el concejal y ahí me sale cero, yo deduzco que no me votó. Así fue que yo descubrí muchos por aquí, por eso el año que viene no van. La plata me la cogieron (...) Otro ejemplo, la persona vota en la mesa 20 y hay 10 votos por el concejal, como hay votos, yo supongo que me hiciste el favor. Uno más o menos así mira”.

Otros líderes les piden el certificado electoral a los votantes y le sacan una copia. Esto lo realizan los intermediarios porque algunos votantes que reciben dinero simulan que entraron al puesto a votar y no lo hacen, unos porque ya votaron y quieren más dinero y otros porque esperan que aparezca otro intermediario que les ofrezca más.

8.2. Monitoreo del líder político al bróker

El proceso de zonificación es clave para realizar el monitoreo de los votos. Como se señaló anteriormente, el líder ubica a todos sus votantes en un mismo sitio de votación. Al estar concentrados los votos- y además tener el listado de los votantes por mesa- puede determinar más fácilmente si el líder le cumplió o no.

“Generalmente te miden tu trabajo, tú no puedes decir que tienes 200 votos, pero que tienes 20 en El Socorro, en el puesto tal, tengo 20 en la Boquilla en el puesto tal. No, si tienes 200 votos ponlos todos en un sitio. Y ahí me miden” (David, 2016).

Al líder que realiza bien su trabajo de movilización el político lo mantiene en la labor. Este es el caso de una intermediaria que lleva trabajando durante dos elecciones con un concejal. En la segunda elección la votación de él aumentó en el puesto donde ella le pone los votos.

“Ahí la votación por él ha aumentado por lo que se supone que nosotros le hemos cumplido porque si baja él dice: estos no me cumplieron”. (Brenda, 2017)

Los candidatos estimulan a quien cumple y castigan al que no.

“Los políticos si cumplen pero al que le cumple a ellos. Ellos no sueltan a los líderes porque ellos viven de los votos, si ellos no cumplen es porque el trabajo no se vio. Yo eso antes no lo entendía”. (Brenda, 2017)

El intermediario debe trabajar para que el cumplimiento de su votación sea visto por el político, esto con el propósito de no ser desplazado. El líder que no cumple con su meta de votantes termina siendo reemplazado por otros.

“Yo tengo que poner una cantidad de votos, si no los pongo, los pone otro y me van relegando y no me llaman... Aquí lo importante son los votos” (Leandro, 2016)

Conclusiones

Los intermediarios, o simplemente líderes como se les conoce en Cartagena, cumplen un rol importante en las estructuras políticas de la ciudad debido a que son las personas que relacionan a los electores con los candidatos. Ellos realizan dos tipos de labores: las primeras, tales como la organización de reuniones, la entrega de recursos para la zonificación, el transporte de los votantes el día de la elección, se llevan a cabo durante el período electoral. Las segundas, tales como gestiones para el barrio y orientación a las personas para el acceso a programas sociales, no se circunscriben exclusivamente al periodo electoral y van más allá de este.

Estas últimas ayudan a legitimar y mantener las prácticas clientelistas en Cartagena. Como señala Zarazaga (2014), al proveer bienes públicos a lo largo del año, los intermediarios legitiman sus roles y desarrollan un ambiente en el cual pueden practicar clientelismo con menos problemas. Por ello, destaca el autor, los intermediarios tratan de presentarse a sí mismos como personas preocupadas por problemas sociales y de su vecindario y más que por los asuntos electorales.

Los intermediarios, principalmente, los que ejercen su labor en barrios de escasos recursos de Cartagena, al ayudar con gestiones en cualquier momento del año y no solo en época electoral, aumentan su reconocimiento en la comunidad donde tienen su caudal electoral y pueden ampliar su abanico de relaciones sociales, elementos claves para la labor de intermediación.

El trabajo que realizan los líderes a la vez genera que se cierren los espacios de representación política en la ciudad. Las principales estructuras clientelares, cuestionadas por corrupción y nexos con paramilitares, gracias al poder económico y burocrático que han acaparado durante años, son las que pueden contratar a la mayoría de líderes barriales y brindarles a estos mayores recursos para movilizar a sus electores. Estructuras como la Casa García, los Blel, los Curi Montes y los Rangel Villadiego se han mantenido en la primera línea local, durante dos y más décadas, gracias a su vasta red de intermediarios.

Paradójicamente, algunos de los líderes entrevistados sufrieron en carne propia el cierre de espacios de representación en el momento en el desearon llegar a un cargo de elección o cuando simplemente quisieron mantenerse en el que tenían y no pudieron.

La acción de los líderes en las redes clientelares de Cartagena se enmarca, sin duda, en el periodo que Dávila y Gutiérrez denominaron *clientelismo de mercado*. A excepción del llamado líder de estructura, que responde todavía a una lógica más tradicional, con un gran jefe político al que reconoce, los intermediarios son protagonistas de sus propias redes y su relación con los diferentes candidatos para los que trabaja no es de subordinación. El líder decide para quién trabaja y si su trabajo no es bien recompensado cambia de estructura.

Finalmente, como se señaló en la introducción, a pesar de que el estudio de los intermediarios es una temática en muy abordada en la ciencia política internacional, a excepción de la investigación de Velasco et al. (2016) no se registran recientemente estudios en Colombia en los que se profundice el análisis a su labor dentro de la estructura clientelar.

Este estudio exploratorio en el que se caracteriza al intermediario en las redes clientelares en la ciudad de Cartagena, a partir de la descripción de sus funciones, el análisis de la forma en que se relaciona con los votantes y candidatos, la exposición de sus estrategias y tácticas para conseguir votos y la identificación de sus distintas motivaciones sirve como una oportunidad para ampliar el conocimiento y profundizar la teorización sobre el clientelismo en nuestro país.

Referencias bibliográficas

Aguirre, J. L. (2012) Redes Clientelares. Una perspectiva teórica desde el Análisis de Redes Sociales, Documentos de Trabajo, 83, Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas.

Álvarez, M (2012). Clientelism or something else? squatters politics in Montevideo.

Archer, R (1990). The transition from traditional broker clientelism in Colombia. Political stability and social unrest. Hellen Kellogg Institute for International Studies. University of Notre Dame.

Ayala J, Meisel A (2016). La exclusión en los tiempos del auge: el caso de Cartagena. Documentos de trabajo sobre economía regional. Banco de la República. Centro de Estudios Económicos.

Audelo, J. (2004). ¿Qué es clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática.

Auyero, J. (2001). La política de los pobres: las prácticas clientelistas del peronismo Buenos Aires: Manantial.

Díaz, E (1986). El clientelismo en Colombia. Un estudio exploratorio. Bogotá: El Acora Editores.

Dávila, A. Leal, F (1990). Clientelismo. El sistema político y su expresión regional. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Dávila, A (1999). Clientelismo, Intermediación Y Representación Política En Colombia: ¿Qué Ha Pasado En Los Noventa?

Dávila, A (2002) "La metamorfosis del sistema político colombiano: ¿Clientelismo de mercado o nueva forma de intermediación?" En: Gutiérrez Sanín, Francisco (comp.). Degradación o cambio: Evolución del sistema político colombiano. Bogotá: Editorial Norma.

Hicken, A. (2011). Clientelism. *Annual Reviews of Political Science*. 14(1): 289-310

Holland A, Palmer-Rubin B. (2015). Beyond the machine: Clientelistic brokers and interest organizations in Latin America. *Comparative Politics Studies*. 48 (9): 186-223

Fernández, A (2006) Clientelismo y guerra civil en Cartagena. Sobre las estrategias políticas de la élite cartagenera. *Revista Memorias*, Universidad del Norte.

García, M (2001) La política bogotana, un espacio de recomposición (1982-2001). En: Gutiérrez Sanín, Francisco (comp.). Degradación o cambio: Evolución del sistema político colombiano. Bogotá: Editorial Norma

García, M. (2003) Ciudadanía Avergonzada: democracia local y construcción de ciudadanía en Bogotá. Bogotá: CESO-Universidad de los Andes & IEPRI-Universidad Nacional.

Gutiérrez, F (1998). Clientelismo y sus enredos. En: La ciudad Representada: política y conflicto en Bogotá. Bogotá: TM Editores

Gutiérrez, F (2002). Degradación o cambio. Evolución del sistema político colombiano. Bogotá: Editorial Norma.

Mares G, Young L (2016). Buying, expropriating and stealing votes. *Annual Reviews of Political Science*.

Madero, M (2010). Casas Políticas y Redes Clientelares en Cartagena. Tesis de grado de maestría en Estudios Políticos, Universidad Nacional.

Larreguy, H (2012). Monitoring Political Brokers: Evidence from Clientelistic Networks in México.

Nichter, S. (2010). Politics and Poverty: Electoral Clientelism in Latin America. California.

Ocampo, G. (2014). Poderes regionales, clientelismo y Estado. Odecofi- Cinep.

Roniger, L. (2004). Political clientelism, democracy and market economy. Comparative Politics

Stokes S, Dunning, T, Nazareno M, Brusco V (2013). Brokers, Voters and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics. New York: Cambridge Univ. Press

Szwarcberg, M. (2012). Who Monitors? Clientelism and Democratic Representation in Argentine Municipalities. Kellogg Institute for International Studies University of Notre Dame

Velasco, J. (2016) ¿Entre más canas más ganas? Clientelismo, compra de votos y movilización de adultos mayores en las elecciones locales de Bogotá, Colombia (2015)

Zarazaga, E (2014). Brokers beyond clientelism: A new perspective on brokerage through the Argentina case. Harvard.

