Conclusiones

Laura Daniela Guerrero García

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

GUERRERO GARCÍA, L.D. Conclusiones. In: *Clientelismo político, ¿desviación de la política o forma de representación?*: Estado del arte sobre las aproximaciones al clientelismo en Colombia 1973-2011 [online]. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2014, pp. 91-96. Opera prima collection. ISBN: 978-958-738-552-6. <https://doi.org/10.7476/9789587385526.0010>.

All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Conclusiones

El clientelismo en Colombia representa una preocupación nada despreciable ni en términos de cantidad, ni menos en términos teóricos para el mundo académico. Desde que el fenómeno se posicionó como problema visible del sistema político colombiano, en 1974, el análisis del problema ha sido constante y sostenido. Son de subrayar tres momentos importantes en la producción sobre clientelismo: en 1973, momento de su aparición; en 1980, momento en el que se observa una explosión de estudios de caso regionales; y en el año 2000, cuando hay un incremento en el número de publicaciones con un enfoque predominantemente neo institucional.

Dentro de los primeros estudios sobre el fenómeno en Colombia se encuentran los publicados por el Cinep en 1974, liderados por Miranda Ontaneda, y la tesis de doctorado de Steffen Walter Schmidt en 1973. Los postulados tanto de Miranda Ontaneda, como de otros autores de países europeos, permiten entrever que el desarrollo de los estudios en Colombia fue paralelo al de otros estudios que tenían lugar en países de Europa y en Estados Unidos, a propósito del tema.

Los dos primeros enfoques empleados para la comprensión del fenómeno fueron el funcionalista, más frecuentemente utilizado en el exterior, y el marxista, insumo fundamental para el desarrollo de enfoques posteriores, dentro de los cuales se pueden enlistar: el institucionalista, el estructural-funcionalista y el socioantropológico.

En Colombia, en la década de los años setenta los dos enfoques predominantes fueron el funcionalista y el marxista. A pesar de que el enfoque funcionalista no fue el marco predilecto de los autores nacionales, se observa que este sí fue el punto de partida de los estudios inscritos en el enfoque marxista. En la década de los ochenta, el enfoque funcionalista desapareció del panorama, pero en su remplazo nacieron otros enfoques como el socio antropológico y el estructural-funcionalista. Por otro lado, los viejos postulados del institucionalismo, adaptados a las nuevas realidades, se empezaron a volver cada vez más frecuentes. Para la década de los noventa, los estudios marxistas exhibieron una frecuencia menor y, en cambio, el enfoque institucionalista se configuró como el marco conceptual predominante. Por lo anterior, se concluye que una ruptura en el abordaje del fenómeno en Colombia fue la utilización de los dos primeros enfoques a saber, el marxista y el funcionalista. Y como continuidad, se identifica la cada vez más frecuente publicación de estudios inscritos en la perspectiva institucionalista. Finalmente, durante las últimas dos décadas, los enfoques más recurrentes han sido: el institucionalista, el estructural-funcionalista y el socio antropológico.

Es claro que la década de los noventa exhibió un viraje en la forma de aproximación al clientelismo político. La obra de Francisco Leal y Andrés Dávila, junto con las de Francisco Gutiérrez Sanín, Miguel García y Rocío Rubio, empezaron a comprender al clientelismo tanto como fenómeno funcional al sistema político, como forma de hacer política compatible con mecanismos democráticos.

En un recorrido por los enfoques utilizados por los autores que han trabajado el problema del clientelismo en Colombia, se encuentra que la transformación de los paradigmas ha conducido a replantear las formas de aproximación al clientelismo: se

presentó un desplazamiento de las ideas sobre desarrollo y capitalismo hacia un análisis de clase y el estudio de las instituciones formales. Actualmente, el clientelismo es asumido como un universo complejo, que puede sufrir transformaciones a partir de las reformas al régimen. Las nuevas aproximaciones se caracterizan por posturas más comprensivas del fenómeno, donde la dimensión de la cultura y el comportamiento político adquieren un papel fundamental en los análisis.

Los autores que han contribuido al estudio del clientelismo político han identificado en sus obras tres tipologías de clientelismo alrededor de las cuales existe un grado considerado de consenso. Estas tres tipologías se distinguen por presentar ciertas características y por ser predominantes en periodos históricos determinados. La primera tipología, el *clientelismo tradicional*, marcó el periodo del siglo xix hasta mediados del siglo xx, se caracterizó por el intercambio de bienes, más que todo de procedencia privada, entre patrones, caciques o gamonales y sus respectivos clientes. Muchos de los autores que estudiaron esta tipología generaron relaciones entre este modelo de clientelismo e instituciones coloniales tales como la encomienda y la hacienda.

Por otro lado, la segunda tipología, conocida como *clientelismo moderno*, marcó todo el periodo seguido al establecimiento del Frente Nacional. Este es atribuido a las transformaciones sociales, económicas y políticas de la época. Su principal rasgo fue el intercambio de bienes y servicios más que todo de naturaleza pública, entre un patrón supremo (el Estado), un intermediario (los políticos, más que todo procedentes de cualquiera de los dos partidos tradicionales) y los clientes (la ciudadanía en general).

La tercera categoría es denominada por algunos autores como *clientelismo de mercado*. Vale la pena aclarar que esta última tipología aún es una hipótesis que requiere comprobación; a pesar

de que un buen número de autores ya la reconocen y la dan por cierta. El clientelismo de mercado, hasta ahora, es un fenómeno observable en la ciudad de Bogotá. Lo anterior debido a las reformas en materia administrativa que sufrió la ciudad post Constitución de 1991 y a partir del estatuto orgánico. Concretamente, se caracteriza por contar con líderes de alcance local –lo que permite una competencia entre los mismos por la captación de votos– y, por ende, garantizar la capacidad de negociación por parte de las clientelas. La naturaleza de los bienes intercambiados en el clientelismo de mercado es tanto pública como privada y los capitales no siempre son lícitos.

Es cierto que cada una de estas categorías obedece a unas transformaciones que marcaron ciertos periodos de la historia colombiana. Sin embargo, Fernán González señala que las categorías de clientelismo tradicional y moderno también pueden obedecer a lógicas espaciales de la organización del poder político.

La hipótesis desarrollada por el presente estado del arte sostuvo que el hecho de que el clientelismo se posicionara en Colombia a partir de 1974, tanto en la agenda académica como política como un elemento problemático y negativo del sistema político colombiano, tuvo que ver con las transformaciones de la vida política colombiana de la época. Como sustento de lo anterior, se mostró que previamente a la década de los setenta, los mecanismos dispuestos por el ejecutivo para lograr la aprobación, por parte del Congreso, de la reforma constitucional de 1968, puso en evidencia: por un lado, la división de las élites políticas entre un sector industrial y “tecnócrata” y otro sector arraigado a las dinámicas regionales y, por tanto, tradicionales. Fue en este clima político que el debate sobre el clientelismo llegó a Colombia por medio de académicos como Néstor Miranda Ontaneda y el Cinep. Esta coincidencia sirvió para que el ex presidente Carlos Lleras

Restrepo se abanderara del discurso modernizador y se gestara un discurso anti-clientelista en contra de los líderes políticos tradicionales. Este discurso logró influenciar la opinión de los medios de comunicación, las reformas institucionales emprendidas y un gran número de estudios sobre clientelismo, haciendo de la visión negativa la aproximación hegemónica al clientelismo político.

Las dos reformas más importantes de los últimos lustros (la de 1968 y la proclamación de la nueva Carta Constitucional en 1991) tuvieron como objetivo la modernización del país, en un primer momento, y luego la puesta en marcha de una democracia más participativa. Ambas reformas trataron de romper con prácticas clientelistas. Sin embargo, los diseños institucionales antes de eliminar el clientelismo han incentivado su transformación, adaptabilidad y afianzamiento. Lo anterior, en paralelo con procesos de promoción de la participación ciudadana y del voto de opinión, más programático y menos anclado a dádivas. Esta coexistencia de elementos antes considerados como contradictorios ha generado que los investigadores exploren nuevas formas de aproximación al fenómeno, estableciendo relaciones entre mecanismos de representación y de formación de ciudadanía con el clientelismo, a partir de redes clientelares de corto alcance que tengan acceso a núcleos descentralizados de poder.

Este estudio permite sugerir que el clientelismo se comporta dentro del sistema político colombiano como un fenómeno que ha logrado irrigar todos los recodos de la vida pública. Se trata de una suerte de rayo de luz que a partir del efecto de la refracción permite entrever todos los posibles matices de la vida política actual. Es así como su estudio permite vincular su proceso de intervención (incluyendo todas las reformas institucionales e intentos para eliminarlo) con otros fenómenos posteriores como el de la emergencia de grupos armados al margen de la ley y

emergencia de economías ilegales. El camino en dirección a mecanismos políticos más inclusivos, transparentes, que permitan la creación de un nuevo imaginario de lo público, requieren estudios de caso comparados que permitan dar un tratamiento diferencial, objetivo y claro sobre el problema del clientelismo en Colombia.