

## Estructura y funcionamiento de las redes clientelares en Barranquilla

Luis A. González Tule<sup>1</sup>  
Carlos E. Guzmán<sup>2</sup>  
Ángel Tuirán<sup>3</sup>

### Introducción

El clientelismo político ha sido un tema de constante interés académico en Colombia. Las aproximaciones a este fenómeno varían tanto en el objeto de estudio como en el enfoque metodológico, sin embargo, la mayoría de autores ha encontrado en los procesos de industrialización, desarrollo económico, democratización o descentralización del país las dinámicas que explican la relación entre una élite económico-política y las masas. Desde una perspectiva histórico-funcionalista, por ejemplo, Guillén (1996) analiza el entramado de los esquemas de dominio, destacando que los partidos Liberal y Conservador utilizaron en el Frente Nacional las relaciones de lealtad heredadas de la encomienda y la hacienda -de los tres siglos previos- para consolidar la dependencia entre quienes ostentaron el poder político y las clases medias y bajas.

Con una mirada estructuralista, Díaz (1986) esquematiza el entramado clientelar en el departamento de Sucre –en la costa Atlántica-, y muestra cómo las élites locales aprovecharon la fragmentación política con la llegada del Frente Nacional para consolidar sus redes clientelares con los sectores más marginales de la población. Para estos últimos y ante la ausencia del Estado o ante su cooptación por grupos de poder político, el clientelismo fue el único recurso para solucionar desde las necesidades

---

<sup>1</sup> Doctor en Ciencia Política y de la Administración por la Universidad de Salamanca. Profesor investigador del Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad del Norte, Barranquilla (Colombia). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de CONACYT (Nivel 1). Contacto: [ltule@uninorte.edu.co](mailto:ltule@uninorte.edu.co)

<sup>2</sup> Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Salamanca España. Profesor Asociado e Investigador del Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad del Norte, Barranquilla (Colombia). Miembro de los grupos de investigación en Derecho y Ciencia Política -GIDECPS; y, Política y Región -GIPRE- de la misma Universidad. Contacto: [cguzmane@uninorte.edu.co](mailto:cguzmane@uninorte.edu.co)

<sup>3</sup> Doctor en Derecho Público de l'Université de Grenoble-Alpes (Francia). Profesor e investigador del Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad del Norte, Barranquilla (Colombia). Miembro del Grupo de Investigación "Política y Región" de la Universidad del Norte. Contacto: [angelt@uninorte.edu.co](mailto:angelt@uninorte.edu.co)

básicas –como atención médica- hasta otras de mayor complejidad –como obras públicas- (Díaz, 1986).

Mientras que a través del análisis sistémico e institucional, Leal y Dávila (2010) abordan el fenómeno del clientelismo en la segunda mitad del siglo XX tanto a nivel nacional -macrosocial- como municipal –microcosmos-. Para estos autores, agotada la estructura bipartidista que cumplía un papel coordinador de la cúpula oligárquica en las regiones, el clientelismo pasó a ser el principal sostén de la actividad política en el ámbito local, coordinado por una nueva clase política que reemplazó a los anteriores hacendados. Así, “el microcosmos (...) del municipio se convirtió en el fundamento a partir del cual se construyó el edificio político del nuevo sistema” (Leal y Dávila, 2010: 26).

Entendiendo el clientelismo como “el intercambio personalizado de favores, bienes y servicios por apoyo político y votos entre masas y élites” (Auyero, 2012: 35), el presente trabajo rescata el razonamiento de Leal y Dávila acerca de la importancia que adquirieron los municipios como esferas edificadoras del sistema político. Más allá de asociar el clientelismo a los distintos procesos que ha atravesado el país, aquí interesa conocer esta práctica como una manera de entender cómo funciona la política informal<sup>4</sup> en uno de esos “microcosmos”. Dicho esto, el objetivo del capítulo es describir cómo se organizan y funcionan las redes clientelares en el distrito industrial y portuario de Barranquilla. Para tal fin el texto está dividido en cuatro partes. El primer apartado aborda la configuración del sistema partidista en Barranquilla para conocer el contexto político del municipio. En el segundo se ahonda sobre los aspectos metodológicos y las fuentes de información que dan sustento a la investigación. En la tercera parte se analiza la información recabada para describir cómo están organizadas las redes clientelares, cómo funcionan y quiénes son los principales actores que intervienen en éstas. Para después concluir con las reflexiones finales en el último apartado.

## **1. Configuración partidista en Barranquilla**

---

<sup>4</sup> Cabe señalar, como se verá más adelante, que el clientelismo es una institución informal más que una práctica ilegal. Las instituciones informales son “reglas sociales compartidas, usualmente no escritas, que son creadas, comunicadas y reforzadas fuera de los canales de sanción oficiales” (Helmke y Levitsky, 2006: 1).

Una de las características más interesantes de los sistemas societales en general, desde siempre, sobre todo en el plano político, lo constituye la variada y compleja serie de fenómenos que por su relevancia, relación e influencia en el conjunto del sistema político se convierten en interesantes objetos de estudio. Organizaciones partidistas, movimientos sociales, grupos de interés, medios de comunicación y, por supuesto ciudadanos comunes y corrientes, hacen parte de dichos fenómenos. Sus formas de actuación y participación, la duración de la misma participación, las formas de relacionamiento que se producen entre ellos, hace aún más interesante, académica, social y políticamente, su estudio desde la perspectiva politológica.

Los partidos políticos son instituciones fundamentales de la democracia; instituciones que intermedian entre la sociedad civil y el Estado; que se encuentran en el centro del proceso electoral –no obstante, siguiendo a Mainwaring y Torcal (2005), la acentuada conexión personalista entre votantes y candidatos propia de las democracias en desarrollo-; y son actores protagónicos de la gestión del poder político, la administración pública y la definición de políticas.

El sistema de partidos, en tanto, es un conjunto de relaciones normadas (Mainwaring y Scully, 1995) entre partidos dentro de un sistema político (Sartori, 1980). Adicionalmente, se puede decir que el sistema partidario es el resultado no solo de la interacción entre las unidades partidistas, sino de la relación e interacción que estos, en conjunto, tienen con las estructuras gubernamentales y los diferentes aparatos burocráticos (Guzmán, 2005). La institucionalización partidista “se refiere a un proceso a través del cual se afianza y se da a conocer efectivamente (...) una práctica u organización” (Mainwaring y Scully, 1995: 92). De manera que, como advierten Mainwaring y Scully (1995), la institucionalización requiere de la existencia de más de un oponente en la competencia electoral y de la estabilidad de las partes que conforman el sistema. Estos autores, así como en un siguiente trabajo Mainwaring y Torcal (2005), sugieren operacionalizar la institucionalización a partir de cuatro dimensiones: 1) estabilidad en las reglas de competición; 2) arraigo de los partidos en la sociedad; 3) legitimidad de los partidos por parte de los principales actores políticos y; 4) independencia de los partidos frente a intereses de los líderes

En este apartado, y en relación con el tema central del trabajo, pero desde la perspectiva partidista, nos ocuparemos, brevemente, de los partidos políticos que compitieron -compiten- por el poder político en Barranquilla. Del mismo modo, de las relaciones que se producen entre estos, para observar el sistema partidario que las mismas configuran o reconfiguran. Sirven para el efecto, los resultados electorales correspondientes al periodo 2007-2015 que eligieron alcalde y concejales de la ciudad. Un análisis descriptivo de los mismos, nos puede aportar en la comprensión del comportamiento político electoral de los barranquilleros. Análisis que intentará aproximar respuesta a interrogantes como: ¿a quién, y bajo qué reglas, votaron los barranquilleros? ¿Qué tanta regularidad, o no, presentan los resultados, en término del apoyo recibido por los partidos, electorales? ¿Qué tan fragmentado, o no, se presenta el poder político? ¿Cuántos partidos compiten por el poder político, tanto en la arena electoral como en la parlamentaria?<sup>5</sup>

La orientación del voto<sup>6</sup>, la fragmentación y número efectivo de partidos<sup>7</sup>, la competitividad<sup>8</sup>, como indicador complementario del anterior; y la volatilidad<sup>9</sup>, es decir

<sup>5</sup> En este caso, la arena parlamentaria hace referencia al número efectivo de partidos que alcanza una curul, o escaño de poder, en el concejo distrital.

<sup>6</sup> Siguiendo a Anduiza y Bosch (2009, p.87) la orientación del voto es el primer aspecto que se analiza en un resultado electoral. El mismo, nos informa acerca de la forma en que los electores distribuyen sus preferencias electorales entre las distintas opciones partidistas.

<sup>7</sup> Por su parte, Oñate y Ocaña (1999, p. 35), señalan que la fragmentación da cuenta de la dispersión o concentración del poder político; asimismo, representa la probabilidad de que, eligiendo a dos votantes al azar, estos se decanten por partidos diferentes (Anduiza y Bosch, 2009, pp. 89) y permite, al tener en cuenta tanto el número como el tamaño de los partidos (Rae, 1971) conocer el número efectivo de partidos que compite al interior del sistema partidario. El índice oscila entre 0 y 1. Valores cercanos a 0 indican que es poco probable que dos electores voten a partidos distintos; en tanto que valores cercanos a 1 reflejan una situación imaginaria en la que cada elector vota por un partido diferente. Se calcula con la fórmula de Rae:

$F = 1 - \text{suma } (v_i)^2$  Siendo  $v_i$  la proporción de votos de cada partido, sobre un total = 1

<sup>8</sup> Indicador relevante para la estabilidad institucional que registra el porcentaje de votos o de escaños que suman los dos partidos más votados.

<sup>9</sup> La volatilidad electoral nos indica el nivel del cambio que observan los resultados electorales entre una elección y otra anterior. La volatilidad electoral “se calcula añadiendo el cambio neto en porcentaje de votos ganados o perdidos por cada partido de una elección a la siguiente, y dividiéndolo entre dos” (Pedersen, 1983: 31-32; Bartolini y Mair, 1990: 20 y ss. y 312; Mainwaring y Torcal, 2005: 147). Se calcula con la fórmula:

$$VT = \frac{1}{2} \sum_i^n |P_i \nabla|$$

Donde la variación en el porcentaje de voto o de escaños experimentada por cada partido viene dada por:

$$P_i \nabla = P_i(t + 1) - P_i(t), \quad i = 1, \dots, n$$

los cambios entre una elección y otra, nos ayudarán, también, a caracterizar el sistema partidista de Barranquilla.

Señalamos, como punto de partida para desarrollar este apartado, que los partidos políticos que compitieron -compiten- por el poder político en Barranquilla, son el resultado de los cambios políticos ocurridos en distintos momentos y bajo circunstancias diferentes en el país. El Frente Nacional, quizás el más importante de la historia política del país, por el impacto que produjo en el conjunto del sistema político colombiano; asimismo, la reforma política de 1986<sup>10</sup>, también la entrada en vigencia de la Constitución Política de 1991; las reformas políticas de 2003 y de 2009, son referentes obligados de hechos políticos significativos, pertinentes y relevantes para el presente trabajo dada la relación que este guarda con lo electoral y partidista. Cambios, estos, que agudizaron el faccionalismo regional -producto de la desideologización y la crisis del bipartidismo tradicional- y pusieron al descubierto la fuerte atomización partidista en Colombia. Atomización que dio paso a una ascendente clase política regional.

En segundo lugar, y a pesar del reconocimiento que tienen los ciudadanos de las elecciones, como el medio idóneo para convertir las preferencias de los ciudadanos en escaños de representación política, cabe señalar que es significativamente alta la abstención electoral que se observa en cada una de las elecciones realizadas durante el periodo 2007-2015 en Barranquilla, sobre la abstención volveremos más adelante. Esto nos hace pensar que la conexión entre los electores y los partidos políticos se basa, principalmente, en vínculos personalistas, e incluso clientelares, y no en las afinidades ideológicas o programáticas con los partidos. E, incluso, en la baja institucionalización de las elecciones y de los partidos políticos, medios de la democracia representativa que sirven para elegir representantes que toman decisiones en nombre de los ciudadanos.

---

Denotando con  $P_i(t)$  y  $P_i(t+1)$  a los porcentajes de voto o de escaño obtenidos por los partidos [i-ésimo] en las elecciones  $t$  y  $t+1$ , respectivamente. El índice oscila entre 0 y 100. Siendo 0 la más baja volatilidad y 100 la más alta.

<sup>10</sup> La descentralización en Colombia fue el resultado de la influencia de la tercera ola democratizadora que recorrió América Latina. En el país se expresó a través de la devolución de facultades políticas, administrativas y fiscales a las entidades territoriales. Se materializó mediante el Acto Legislativo 01 de 1986, que permitió la primera elección popular de alcaldes. Elección popular que se extendió luego a los gobernadores en razón a la entrada en vigencia de la Constitución Política de 1991.

### 1.1. Oferta partidista y preferencias electorales en Barranquilla

Lo siguiente es conocer qué organizaciones político partidistas han participado en los procesos electorales durante el periodo comprendido entre el año de 2007 y el de 2015<sup>11</sup>, intentando evidenciar que no solo existe una desafección política sino que dada la baja participación electoral en los procesos electorales analizados, así como la alta fragmentación, concentración y volatilidad electoral nos encontramos frente a un fenómeno de desinstitucionalización del sistema partidario en lo local, situación que podría estar en la base de la explicación de la práctica clientelar. Práctica que, sin ser un fenómeno exclusivo de Barranquilla o la Costa Caribe colombiana, si es mucho más evidente en esta zona del país.

**Tabla 1. Oferta partidista en Barranquilla 2007-20015**

ELECCIÓN A:	AÑO ELECCIÓN Y PARTIDOS		
	2007	2011	2015
CONCEJO DISTRITAL	Cambio Radical Unidad Nacional Conservador Polo Democrático Liberal Alas-Equipo Colombia ASI* Colombia Viva Convergencia Ciudadana Colombia Democrática ASA**	Cambio Radical Unidad Nacional Conservador Polo Democrático Liberal Inclusión y Oportunidades Alianza Social Independiente AICO*** Verde Afrovides PIN**** MIRA	Cambio Radical Unidad Nacional Conservador Polo Democrático Liberal Centro Democrático MAIS AICO Alianza Verde Unión Patriótica Alianza Social Independiente
ALCALDÍA DISTRITAL	Cambio Radical Polo Democrático Colombia Democrática ASI ASA	Cambio Radical Firme con Barranquilla Polo Democrático Inclusión y Oportunidades MIRA PIN	Cambio Radical Firme Barranquilla Si se puede

\*Alianza Social Indígena.

\*\*Alianza Social Afrodescendiente.

\*\*\*Autoridades Indígenas de Colombia.

\*\*\*\*Partido de Integración Nacional.

Fuente: elaboración propia a partir de resultados oficiales de la Registraduría Nacional del Estado Civil.

<sup>11</sup> En el que se celebraron tres procesos electorales: 2008-2011; 2012-2015; y, 2016-2019- para elegir alcalde y concejales en Barranquilla

La tabla 1, nos permite apreciar el comportamiento de la oferta partidista que compite en Barranquilla por el poder político del Concejo y Alcaldía distrital en 2007, 2011 y 2015. La lectura de la tabla nos muestra que la oferta partidista en elecciones a concejo distrital se mantiene casi inalterada durante todo el periodo observado, denotando una relativa estabilidad<sup>12</sup> del sistema partidario en lo electoral. En este sentido, bien podríamos calificar de *estable* el sistema de partidos electorales durante el periodo analizado. Con una leve variación, en 2011, el número de partidos que compiten por un escaño de poder al interior del Concejo Distrital de Barranquilla fue de 11 partidos. En lo que respecta a la oferta partidista que compite en elecciones para alcalde de Barranquilla, esta se presenta menos estable; haciendo, por tanto, más fluido el sistema de partidos. Aquí, resulta importante señalar, no obstante la fluidez del sistema, que el Partido Cambio Radical, liderado por el Clan Char, ha ganado, por amplio margen, la elección durante los tres últimos periodos. Y, que la significativa representación del mismo partido en el Concejo Distrital le ha permitido conformar estables coaliciones que le facilitan gobernar la ciudad sin mayor, o ninguna, oposición.

En párrafos anteriores señalamos que uno de los primeros análisis de los resultados electorales estaba dado por la forma en cómo los electores orientan y distribuyen sus preferencias entre las distintas opciones partidistas. Los datos de las tablas 2 y 3, nos indican hacia dónde se dirigieron tales preferencias. Y, a partir de ellas el peso que cada partido tiene con respecto a sus demás competidores. Obsérvese, en primer lugar, la penetración que tienen los partidos Conservador Colombiano, Cambio Radical, de la Unidad Nacional y Liberal en las elecciones a concejo distrital; partidos que suman poco más del 68% del total de los votos válidos. Destaca del mismo modo, el aumento sostenido, y sorpresivo, del apoyo electoral alcanzado por el Partido Conservador durante el periodo estudiado: casi triplica la votación al observar un aumento de casi 11% del total de los votos válidos. Aumento que podría atribuírsele a un solo miembro de dicho partido quien de paso se ha convertido en el primer elector

---

<sup>12</sup> Una medida de la estabilidad del sistema de partidos nos la da el índice de fluidez. Índice que mide el grado de estabilidad de la oferta partidista mediante la valoración del número de partidos que entran o salen, bien sea a la arena electoral o en la de la representación en el parlamento. Dado el alcance del presente trabajo, este no será calculado. Diferentes autores (Bartolini, 1988; Artiga, 1998; Toole, 2000) se han ocupado de este tema.

del Departamento del Atlántico, la Región Caribe y el segundo a nivel nacional en este tipo de elecciones<sup>13</sup>.

### 1.3. *Indicadores del sistema de partidos en Barranquilla*

Señalamos antes que este indicador nos informa acerca de la medida en la que el poder político se halla disperso o concentrado. Nos permite conocer, entonces, el número de partidos que opera y compite al interior del sistema partidario, bien se trate de la competición electoral o parlamentaria. Se trata, siguiendo a Ruiz y Otero (2013: 122) de un indicador fundamental para la comprensión de la forma en que funciona un sistema de partidos. Para el caso, se calculó el índice propuesto por Rae (1971) que se interpreta como la probabilidad de que dos electores hayan votado a dos partidos diferentes. O, que al elegir se hayan decidido por dos representantes, en este caso concejales, pertenecientes a dos formaciones políticas diferentes.

El caso que nos ocupa: Distrito de Barranquilla denota, en elecciones a concejo distrital, una alta fragmentación electoral (0.8439); y un Número Efectivo de Partidos de 6.47 que nos remite a un escenario multipartidista en el que se distinguen 5 partidos, los cuatro primeros fuertes y en menor medida el último: Conservador Colombiano, Cambio Radical, de la Unidad Nacional, Liberal y Polo Democrático alternativo, más un grupo de varios movimientos políticos pequeños. Entre estos cinco se distribuyen los escaños de poder al interior del concejo distrital.

---

<sup>13</sup> Este concejal resultó elegido en 2007 con 5,276 votos; en 2011 lo fue con 15,064 votos; y, en 2015 con 34,677 votos, convirtiéndose en el concejal más votado en la historia del Concejo de Barranquilla, en donde lo reconocen como la cabeza de una eficiente máquina buscadora de votos a la manera tradicional. Es decir, bajo muchos rumores de compra de apoyos y de clientelismo, asuntos que él nos negó en su momento. Este mismo concejal creció, como político, bajo la sombrilla del veterano senador conservador Roberto Gerlein y ha sido tan cercano a él que muchos pensaban que heredaría su curul, ahora que ese congresista anuncia su retiro de la actividad política luego de más de medio siglo en el legislativo. El Concejal, no obstante, hoy se mueve más en la orilla del charismo, léase del partido Cambio Radical, por lo que muy seguramente, sus votos azules irán para la bolsa de los vargaslleristas. La jugada de 'robarse' a este político se la ideó Álex Char, alcalde por segunda vez de la ciudad, según dos de nuestras fuentes que lo saben de primera mano.



**Tabla 2. Orientación del voto en Barranquilla  
(Elecciones a concejo distrital, 2007-2015)**

Partidos	2007			2011			2015		
	Votos	% sobre V.V.	% Potencial	Votos	% sobre V.V.	% Potencial	Votos	% sobre V.V.	% Potencial
Cambio Radical	96.415	30.78	13.47	69.727	18.35	7.62	94.371	19.23	9.34
De la Unidad Nacional	61.277	19.56	8.47	50.196	13.21	5.48	50.770	10.43	5.02
Conservador Colombiano	48.970	15.63	6.90	85.115	22.40	9.30	130.189	26.53	12.89
Polo Democrático	25.512	8.14	3.52	14.808	3.89	1.61	27.590	5.62	27.32
Liberal Colombiano	23.497	7.50	3.24	52.983	13.94	5.79	86.758	17.68	8.59
Alas-Equipo Colombia	8.626	2.75	1.21	-	-	-	-	-	-
Alianza Social Indígena	8.138	2.59	1.11	-	-	-	-	-	-
Colombia Viva	6.566	2.09	0.91	-	-	-	-	-	-
Mov. de Inclusión y Oportunidades	-	-	-	31.686	8.34	3.46	-	-	-
Mov. Autoridades Indígenas	-	-	-	18.783	4.94	2.05	-	-	-
Centro Democrático	-	-	-	-	-	-	30.375	6.19	3.00
Otros <sup>1</sup>	7.185	2.29	1.00	24.342	6.40	2.66	29.636	6.04	2.93
Votos en Blanco	27.011	8.62	3.04	32.268	8.49	3.52	40.904	8.33	4.05
Total votos válidos	313.197		42.92	379.908		41.52	490.593	-	48.59
Potencial electoral	855.236	-	-	914.945	-	-	1.009.618	-	-
Total votantes	373.625	43.68	Sobre potenc.	429.243	46.91	Sobre potenc.	548.187	54.29	Sobre potenc.
Abstención	481.611	56.31	Sobre potenc.	485.702	53.08	Sobre potenc.	461.431	45.70	Sobre potenc.
Votos válidos	313.197	83.82	Sobre votantes	379.908	88.50	Sobre votantes	490.593	89.64	Sobre votantes
Votos nulos	43.891	11.74	Sobre votantes	25.012	2.73	Sobre votantes	28.097	5.12	Sobre votantes
Tarjetas no marcadas	16.537	4.42	Sobre votantes	24.323	2.65	Sobre votantes	29.497	5.38	Sobre votantes

Fuente: elaboración propia a partir de resultados oficiales de la Registraduría Nacional del Estado Civil

1: Otros: En 2007: Convergencia Ciudadana; Colombia Democrática; Alianza Social Afrocolombiana. En 2011: Partido Verde; Alianza Social Independiente; Movimiento Afrovides; De Integración Nacional; Movimiento Mira. En 2015: Alianza Verde; Movimiento Alternativo Indígena Social; Movimiento Autoridades Indígenas de Colombia; Alianza Social.

**Tabla 2. Orientación del voto en Barranquilla  
(Elecciones a alcaldía distrital, 2007-2015)**

Partidos/Movimientos	2007			2011			2015		
	Votos	% sobre V.V.	% Potencial	Votos	% sobre V.V.	% Potencial	Votos	% sobre V.V.	% Potencial
Cambio Radical <sup>1</sup>	221.625	64.94	25.91	225.891	58.01	24.68	352.236	73.07	34.88
Polo Democrático Alternativo	43.937	12.87	5.13	7.141	1.83	0.70	-	-	-
Colombia Democrática	39.979	11.71	4.67	-	-	-	-	-	-
Alianza Social Indígena	7.257	2.12	0.84	-	-	-	-	-	-
Alianza Social Afrocolombiana	3.764	1.10	0.44	-	-	-	-	-	-
Firme con Barranquilla	-	-	-	113.281	59.09	12.38	-	-	-
Inclusión y Oportunidades	-	-	-	6.407	1.64	0.70	-	-	-
Mira	-	-	-	5.550	1.42	0.60	-	-	-
Integración Nacional	-	-	-	2.755	0.70	0.30	-	-	-
Firme Barranquilla Si se puede							86.526	17.95	8.57
Votos en Blanco	24.669	7.22	2.88	28.335	7.27	3.08	43.263	8.97	4.28
Total votos válidos	341.231		39.89	389.360		42.55	482.025		47.74
Potencial electoral	855.236			914.945			1.009.618		
Total votantes	379.606	44.38	Sobre potenc.	432.597	47.28	Sobre potenc.	549.090	54.38	Sobre potenc.
Abstención	475.630	55.61	Sobre potenc.	482.348	52.71	Sobre potenc.	460.528	45.61	Sobre potenc.
Votos válidos	341.231	86.46	Sobre votantes	389.360	90.00	Sobre votantes	482.025	87.78	Sobre votantes
Votos nulos	7.110	9.76	Sobre votantes	8.2936	1.91	Sobre votantes	10.174	5.06	Sobre votantes
Tarjetas no marcadas	31.265	3.77	Sobre votantes	34.360	7.94	Sobre votantes	56.891	5.33	Sobre votantes

Fuente: elaboración propia a partir de resultados oficiales de la Registraduría Nacional del Estado Civil

1: El candidato ganador del Partido Cambio Radical fue: en 2008, Alejandro Char Chaljub. En 2011, Elsa Margarita Noguera de la Espriella. Y, en 2015, nuevamente, Alejandro Char Chaljub

Ahora bien, junto a los indicadores anteriores, se nos propone un indicador complementario, relevante para estabilidad institucional (Oñate y Ocaña, 1999: 39), que nos ayuda a comprender mucho más la forma como se opera y se compite al interior del sistema partidario: la concentración-competitividad, dado en términos del porcentaje de voto o escaños que suman los dos primeros partidos. Los resultados de la tabla 1, nos permiten señalar, en promedio, una baja concentración (44.3%) del total de los votos válidos que alcanzan los partidos Cambio Radical y Conservador Colombiano durante el periodo analizado. Dado que esta primera medida de la concentración no nos permite tener mayor claridad respecto de la estabilidad del sistema, nos vemos obligados a calcular cuánto apoyo alcanzan el tercer y cuarto partido que compiten en las mismas elecciones. La misma tabla 1, nos indica que los partidos Liberal y De la Unidad Nacional, tercero y cuarto, concentran, en promedio durante el periodo, un importante porcentaje del total de votos válidos: 13,72%, que sumado al de los dos primeros alcanza el 58,02%. Nivel de concentración que si bien sigue siendo bajo permite a estas formaciones, incluida la de Cambio Radical que concentra el mayor porcentaje de voto en elección de alcalde<sup>14</sup>, conformar una coalición de gobierno que le da cierta estabilidad al gobierno distrital y por lo tanto cierta gobernabilidad del sistema.

Finalmente, para cerrar este apartado que procura dar cuenta de la inestabilidad del sistema de partidos en el ámbito local, haremos referencia a la volatilidad agregada. Indicador que captura el grado de lealtad del electorado

---

<sup>14</sup> El partido Cambio Radical, en cabeza de Alejandro Char, ganó la alcaldía en 2007 con 221,625 votos (64.94%), el competidor más cercano: Polo Democrático, obtuvo 43,937 votos; en 2011, en cabeza de Elsa Noguera de la Espriella, volvió a ganar, con 225,891 (58.01%) de los votos, el segundo partido más votado: Firme con Barranquilla, “mutación” del Polo Democrático, alcanzó 113,281 votos; y, en 2015, nuevamente con Alejandro Char, lo vuelve a hacer con 352,236 votos (73.07%). También de nuevo, el entonces denominado Movimiento Firme con Barranquilla, si se puede, alcanza 86,526 votos. SE configura así, en este escenario, dado el fuerte predominio y fortaleza del Partido Cambio Radical, un formato de partidos hegemónico. Tal afirmación la sustentamos en la permanencia en el poder político del partido Cambio Radical, dirigido por la familia Char, capaz de transferir el caudal político entre los miembros de su familia durante el periodo 2007–2015. La familia Char posee un anclaje territorial que le permite, a través de alianzas, maquinaria política, correspondencia territorial y estrategias, mantener y transferir su capital político. Es decir utiliza su posición política, económica, social, e incluso deportiva, para asegurar su elección y/o fortalecer la votación de quienes hacen parte de su círculo político.

hacia los diferentes partidos políticos que configuran el sistema de partidos (Ruiz y Otero, 2013: 143) en Barranquilla.

Los datos de la tabla 1 y 2, necesarios para el cálculo de este indicador, nos señalan para las elecciones de 2011 y 2015, escenarios de volatilidad bajos. En las elecciones para concejo distrital de 2011, el índice de volatilidad supuso un trasvase de electores de las de 2007 de 3.57. En tanto que las de 2015, uno de 8.28, ligeramente mayor que el del 2011, pero igualmente bajo. Estos bajos indicadores, no obstante, no resultan concluyentes. Habría que calcular, como indicador complementario, la volatilidad entre bloques -VEB- a fin de verificar el trasvase de votantes que producen los distintos partidos en contienda y que pertenecen a distintas orientaciones ideológicas.

## 2. Datos y método

La principal fuente de información que sirvió para dar forma al entramado clientelar en Barranquilla proviene de 17 entrevistas semiestructuradas realizadas a informantes clave: cinco concejales del distrito, cuatro líderes sociales, cuatro miembros partidistas –de diferentes agrupaciones- y cuatro miembros de dos Juntas de Acción Comunal<sup>15</sup>. La técnica empleada para llevar a cabo las entrevistas se conoce como “Muestra Redireccionada” (*Respondent-Driven Sampling*, RDS). Esta técnica permite trabajar con “poblaciones ocultas”, cuya esencia es la inexistencia de una muestra representativa y que los miembros poseen información que no es de dominio público (Heckathorn, 1997). Las entrevistas fueron celebradas entre los meses de septiembre y diciembre de 2016 y febrero y abril de 2017 en distintos puntos de la ciudad de Barranquilla.

El criterio de selección de la población oculta fue la posición que los miembros ocupan en la red clientelar, de modo que se buscó tanto a mediadores (*brokers*) como a patrones políticos (*patrons*). Para aproximarse a dicha población fue necesario seguir los métodos de “informantes clave” y “bola de nieve” de las poblaciones ocultas. Las entrevistas con los primeros informantes clave

---

<sup>15</sup> Las Juntas de Acción Comunal son organismos de participación ciudadana conformados por la sociedad civil. A través de éstos sus miembros canalizan las principales demandas de la sociedad a nivel vecinal (Ley 743 de 2002 Artículo 6).

permitieron contactar a más miembros de la red, generando así un efecto bola de nieve. La muestra redireccionada resultó apropiada para los fines de la investigación puesto que permitió conocer, en voz de sus principales actores, algunas de las estrategias informales de captación de votos que no suelen hacerse públicas. Para proteger la privacidad de los entrevistados su identidad se mantiene en anonimato.

Igualmente, se realizó una búsqueda en fuentes secundarias, principalmente noticias o artículos de prensa relacionados con la participación de intermediarios en el proceso clientelar en Barranquilla. Posteriormente, se identificaron las tendencias y convergencias para realizar una síntesis comprensiva de las notas de prensa (Quintana y Montgomey, 2006). Con base en lo anterior, en el siguiente y último apartado exponemos cómo están organizadas las redes clientelares, quiénes son los actores más relevantes y cuál es su participación dentro del entramado clientelar en el distrito de Barranquilla.

### **3. Clientelismo político en Barranquilla**

Al igual que en otros territorios del país, la política partidista en Barranquilla adopta la forma de “maquinarias locales” identificada por Díaz hace más de dos décadas (1986: 33). Las maquinarias locales y el fraccionalismo regional son herederas de la ruptura de las “jefaturas naturales” que ocasionó el Frente Nacional en el ámbito local. Para Díaz, el acuerdo entre Liberales y Conservadores fortaleció los cacicazgos regionales, de modo que la política a ese nivel no se expresó a través del binomio liberalismo-conservatismo, carente ya de contenido, sino a través de los grupos de poder local, personalizando de esta manera las relaciones políticas y la administración de las entidades públicas (Díaz, 1986: 33-35).

La falta de identificación partidaria hace que las personas cobren mayor relevancia y que sean las encargadas de construir una red clientelar propia que no necesariamente depende del partido de adscripción. Las entrevistas realizadas para este trabajo nos permitieron identificar diferentes maneras en que operan y se organizan tales redes clientelares en Barranquilla así como los actores que las conforman. La descripción del complejo entramado clientelar por el que partidos y

candidatos captan votos y mantienen contacto con determinados sectores de la población es menester del presente apartado.

### 3.1 Actores que conforman la red clientelar

Una de las manifestaciones más interesantes del fenómeno clientelar es la movilidad que tienen los actores que hacen parte y constituyen su estructura. Al interior de las redes, los barones, caciques o líderes políticos, poseen una movilidad social basada en las influencias obtenidas a través del trabajo clientelar, algo que en el pasado no se presentaba en la misma proporción (Leal y Dávila, 2009).

Sien bien, como lo señala Zapata (2016: 172), el clientelismo es “una relación diádica en la cual un agente, en posición de superioridad, utiliza su influencia y sus recursos para dar protección y seguridad a otro agente que está en posición de inferioridad, a cambio de servicios, lealtades y apoyos”, esta relación en principio entre dos o de dos, siguiendo a Zapata (2016), puede ser extendida a una tríada clientelar. Es decir, puede incluir a una persona adicional o *broker*, quien actúa como intermediario. En ese sentido, de manera general podemos señalar que los principales actores de la estructura clientelar son:

- *Patrón*. Dentro de la relación asimétrica de patrón-cliente, es la persona con más poder, quien posee control sobre los recursos y los ofrece a los clientes para que estos pueden tener acceso a recursos o ventajas que de otra forma sería más costoso o de difícil acceso (Schröter, 2010: 142).
- *Mediador o intermediario*. Sirve de puente entre el patrón y el cliente, los comunica, e incluso puede representar ambos papeles a la vez, aprovechando su posición de bisagra en beneficio propio (Moreno, 1999: 76).
- *Cliente*. Es quien le ofrece servicios y respaldo al patrón (Schröter, 2010: 142).

En resumen, el clientelismo es un mecanismo informal de lealtades asimétricas (Gutiérrez y Dávila, 2001) entre los actores antes mencionados, mediante el cual se intercambian apoyos, bienes y servicios por apoyo político y

electoral (Auyero, 2012). Y dado el peso de cada actor, la relación clientelar es también una especie de “amistad por interés entre desiguales” (García y Revelo, 2010: 24). La red clientelar, como un tipo de relación social relativamente estructurada, establece relaciones con las comunidades y los principales individuos de su entorno (Zapata, 2016). Teniendo en cuenta la estructura clientelar en Barranquilla, conformada en el marco de un clientelismo de mercado<sup>16</sup> (Guerrero, 2014), los principales actores políticos encontrados en el distrito son los siguientes<sup>17</sup>:

- *Candidato*. Es la persona a elegir, en ocasiones también el patrón, que busca acercarse a los ciudadanos para convencerlos de votar por él.
- *Capitán*. Es el primer eslabón dentro de la red por debajo del patrón y/o candidato. Son permanentes y se encargan de garantizar la permanencia de los ciudadanos como electores para el próximo periodo electoral. Es así que continúan con actividades durante el resto de los 4 años del periodo de gobierno y preparan el camino para las próximas elecciones.
- *Coordinador*. Es quien vincula a los capitanes con los líderes. Cuando la cantidad de ciudadanos y líderes a organizar es mayor a la capacidad organizativa del núcleo central de la campaña, se designan coordinadores por zonas o territorios.
- *Líder*. Se encarga de organizar a las redes, por eso también se les reconoce como líder social. Su función está encaminada tanto al tema electoral, desde levantar las bases de datos de los ciudadanos hasta organizar la logística el día de elecciones, como a la canalización de demandas ciudadanas.

---

<sup>16</sup> Para García y Revelo (2010), el clientelismo de mercado tiene a los políticos como protagonistas y se vale de la existencia de nuevas reformas institucionales tales como la descentralización fiscal que permitió la transferencia de cuantiosos recursos a través del Sistema General de Participaciones; la elección popular de mandatarios locales y los mecanismos de participación para conseguir recursos. A través de dicha forma de clientelismo, se distribuyen recursos en las localidades bajo la mediación de los caciques políticos y sus intermediarios, ligados en su momento, a los miembros del Congreso Nacional.

<sup>17</sup> Además de las entrevistas, para la identificación de los actores involucrados en la red y el sentido de su significado se consultó “¿Cómo opera la cadena de la trashumancia y la compra de votos?”, *El Heraldo*, 20 de septiembre de 2015, en <https://www.elheraldo.co/politica/como-opera-la-cadena-de-la-trashumancia-y-la-compra-de-votos-218349> [13 de abril de 2017].

- *Mochileros*. Ellos administran el dinero que bajan desde los taquilleros y la parte administrativa de la campaña y se encargan de entregarlo directamente a los electores, verificando su previa votación y los listados de inscripción previa. Esta función se encarga a personas de mucha confianza dentro de la campaña. Por eso puede ser entregada directamente a líderes, coordinadores o capitanes, según el grado de confianza y experiencia que alcancen dentro de la estructura política.
- *Puya ojo*. Con este nombre son conocidos aquellos líderes que venden su clientela a más de un candidato, aquellos de cometer un “fraude dentro de la ilegalidad”.
- *Taquilleros*. Son quienes administran los recursos y arman los paquetes de votos. Se encargan de repartir el dinero para el sostenimiento y la persuasión de los ciudadanos.

### 3.1 Estructura y funcionamiento de la red clientelar

Una red clientelar en el distrito de Barranquilla típicamente se conforma por un patrón (cacique, barón y/o candidato), dos o tres “anillos”<sup>18</sup> de intermediarios (capitanes, coordinadores y líderes; según su función y posición en la red) y el electorado (ver Figura 1). El patrón es una pieza clave dentro de la estructura clientelar ya que representa la personalización de la política en el ámbito municipal: dispone de recursos políticos y económicos, mantiene contacto con la élite económica –o forma parte de ella- y es el vínculo entre la clase política local y la nacional. La figura del patrón puede recaer en el alcalde municipal, los congresistas, senadores o concejales. En el caso del concejal, al ser el cargo de elección popular más bajo en la estructura administrativa del Estado, su peso dentro de la red es proporcional a su experiencia política, alianzas formadas, capacidad para lograr acuerdos y, principalmente, a la cantidad de votos obtenidos.

---

<sup>18</sup> Ardila, Laura, “Profesión: ‘puya ojos’”, *La silla vacía*, 7 de agosto de 2015, en <http://lasillavacia.com/historia/profesion-puya-ojos-51021> [12 de mayo de 2017].



La Figura 1 muestra el esquema clientelar construido a partir de la información recabada para este trabajo<sup>19</sup>. En dicha figura hay tipos de patrón: el que pone o apoya a un candidato y el patrón-candidato. El tipo de patrón importa, como se verá más adelante, en el sentido que fluye la red. En lo que respecta a la Figura 1, el patrón está al frente de una maquinaria clientelar que fluye por debajo de él conformada por tres anillos de mediadores, quienes a su vez actúan como intermediarios entre el candidato y el electorado. En el primer anillo se encuentran los capitanes. El distrito de Barranquilla, según información proporcionada por los entrevistados, está dividido en cinco localidades: 1) Metropolitana; 2) Sur-Occidente; 3) Norte-Centro Histórico; 4) Sur-Oriente y; 5) Riomar. Al frente de cada localidad hay un capitán, quien tiene bajo su estructura entre 10 y 20 coordinadores.

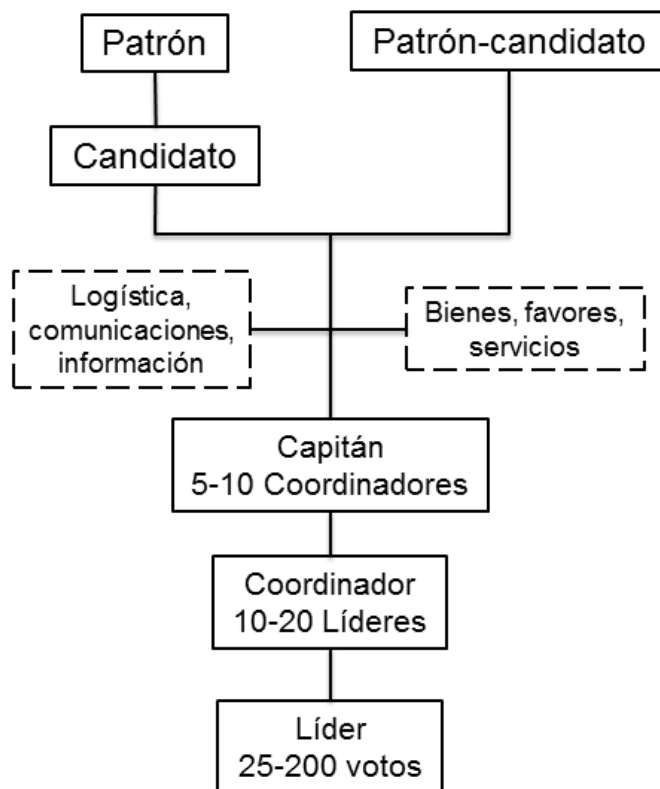
Como es evidente, los capitanes son actores fundamentales dentro del engranaje político-clientelar, pues son los encargados de relacionarse con los coordinadores y líderes y de distribuir los recursos destinados a los electores. Para atender las demandas de la clientela los capitanes cuentan con recursos económicos y políticos que provee el patrón. Por ejemplo, a través de las Órdenes de Prestación de Servicios (OPS)<sup>20</sup> asignan puestos de trabajo y disponen de recursos económicos para pagar a sus propios coordinadores y líderes, para organizar eventos, pagar proveedores o trasladar personal a mítines políticos y a las urnas electorales.

### **Figura 1. Red clientelar en Barranquilla**

---

<sup>19</sup> Es importante advertir que los roles que desempeñan tanto intermediarios como patrones no siempre son tan rígidos y que las actividades que realizan llegan a imbricarse independientemente de su posición dentro de la red. Esto es más evidente en periodos electorales; cuanto más próximo el día de las elecciones, mayores responsabilidades y participación de parte de los actores.

<sup>20</sup> Se entiende por OPS una forma de vinculación con la administración pública mediante la celebración de un contrato a término definido.



Fuente: elaboración propia a partir de la información suministrada por los entrevistados.

La función de los coordinadores es vincular a los capitanes con los líderes, transmitiendo las demandas de los estos últimos a los capitales. Esta figura se activa cuando la cantidad de ciudadanos y líderes a organizar es mayor a la capacidad organizativa de la red y se conforma por los líderes más destacados que ascienden un peldaño en el escalafón político-clientelar. Así, cuantas más personas hay que atender y organizar, mayor la necesidad de contar con coordinadores dentro de las localidades en que se divide el distrito. De lo contrario, cuando la red es de menor proporción los capitanes tienen contacto directo con los líderes.

La relación más directa con los clientes corresponde a los líderes. El vínculo que establecen con el elector es construido a lo largo del tiempo y se nutre por la de reciprocidad del intercambio. La personalización de la política y las necesidades de la población han promovido que la atención de demandas –desde las inmediatas hasta las más complejas- pase indudablemente por la intervención

de mediadores políticos. En zonas de menor penetración del Estado donde los servicios públicos son inexistentes o escasos, por ejemplo donde el acceso a salud es limitado, los líderes son la representación paternalista del Estado y como tal asisten a la población. Atención médica o suministro de medicinas; prioridad en las listas de beneficiarios de programas sociales; disminución del tiempo de espera para realizar un trámite administrativo; asignación de puestos de trabajo; otorgamiento de materiales para construcción; entre otros, son tan sólo algunos de los favores que provienen del líder. En respuesta, el cliente asiste a mítines políticos, marcha en manifestaciones, atrae a familiares y amigos y, lo más importante, vota e influencia a otros a que lo hagan por el candidato que el líder ha ordenado.

En periodo electoral se activa un mecanismo por el que los actores intercambian roles para alcanzar un mismo propósito: ganar las elecciones u obtener la mayor cantidad de votos. De análisis de las repuestas y de los puntos en común encontrados en lo manifestado por cada uno de los entrevistados se puede afirmar, de forma general, que el fenómeno clientelar en el distrito de Barranquilla, es un proceso en el cual una diversidad de actores construyen una estructura que les permite trabajar coordinadamente con la finalidad de salir victoriosos en el proceso electoral. En una primera fase de este proceso, el patrón se reúne con su grupo de trabajo para organizar la estrategia de campaña y definir quién será el candidato. Ya definido, se procede a un trabajo del equipo de comunicaciones para lograr un despliegue mediático de la figura del candidato.

Paralelamente, comienza un proceso donde los capitanes que lideran cada localidad empiezan a organizar a los coordinadores de los barrios o zonas, quienes a su vez reúnen a los líderes y los instruyen para comenzar a “planillar”<sup>21</sup> y recoger la información de los votantes. En esta recolección, se prioriza nombre completo, cédula de ciudadanía, dirección de residencia, número de celular y lugar de votación. La información es entregada al equipo de sistemas e información,

---

<sup>21</sup> El término “planillar” se utiliza en el argot clientelar para significar el proceso mediante el cual se recopila, relaciona y registra la información de la clientela. Esta información se plasma inicialmente en unos formatos (planillas) que incluyen, entre otros aspectos, los siguientes datos: nombre completo del votante, número de cédula, lugar de votación y residencia y nombre del intermediario responsable.

quienes se encargan de su verificación y cruce para filtrar posibles votantes repetidos, falsa información o cualquier posible información errónea que pueda afectar el día de las elecciones. Esto permite realizar un mejor cálculo de los votos y también llevar las cuentas del dinero que se entregará a los líderes para movilizar los votos.

Posteriormente, los líderes se encargan de organizar reuniones entre los votantes y el candidato para darlo a conocer. Ya cuando se avecina el día de las elecciones los líderes organizan reuniones para enseñar a los votantes cómo marcar la boleta –“pedagogía electoral”-, así como cualquier directriz que permita agilizar el proceso. Por último, el día de las elecciones, los mediadores deben responder por cada voto plantillado y entregar cuentas para poder recibir el pago completo del trabajo realizado. Este pago es proporcional al número de votos.

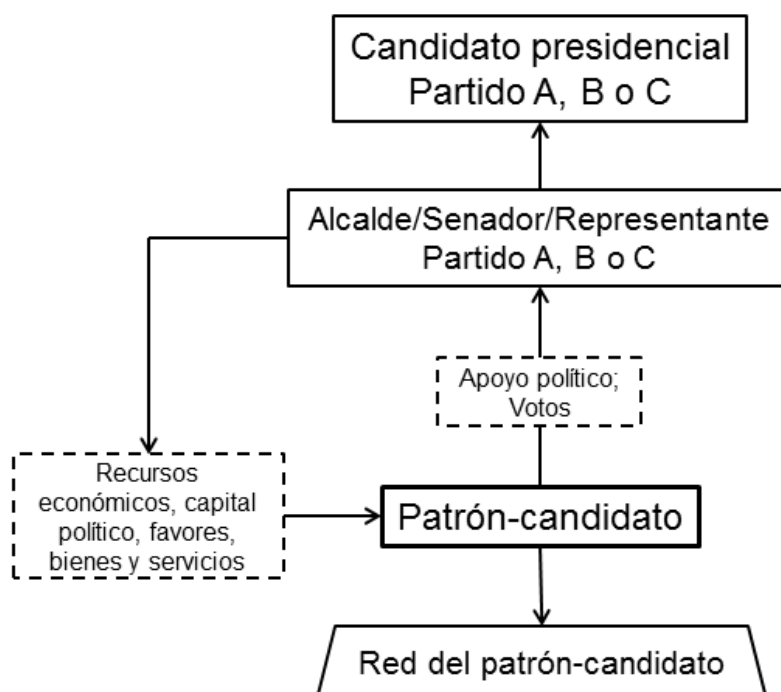
Como se desprende de lo anterior, a la par de la red clientelar, y más allá de la informalidad de dicha política, se suma la compra de votos como otra forma no programática ni ideológica por la que políticos y candidatos adhieren votantes el día de las elecciones. Para la compra de votos se utiliza, por un lado, la estructura clientelar de los patronos y, por otro, a líderes temporales que no forman parte de la red clientelar. Es a través de esta práctica que los “mochileros” tienen su participación, concretamente el día de las elecciones cuando portan el dinero que distribuyen a sus clientes en mochilas. La compra del voto se activa en periodos electorales, opera durante algunos días y la relación es de conveniencia mutua: votos a cambio de dinero.

Los líderes temporales –quienes también son mochileros- negocian directamente con los intermediarios más cercanos al patrón –pueden ser capitanes o coordinadores quienes aquí actúan como taquilleros-. El líder temporal recibe un adelanto por la cantidad de votos comprometidos y se encarga de pagar a votantes que están dentro de su red y que acuden a votar. A través de esta práctica no se establece ningún vínculo personal ni lealtad, mucho menos se construye una relación permanente a largo plazo. De hecho, los mediadores vigilan de cerca el cumplimiento de los acuerdos pactados, pues es común que los líderes temporales vendan su clientela a más de un candidato. Para evitar caer en

un “fraude dentro de la ilegalidad”, los capitanes cruzan las listas que les presentan los líderes temporales con las listas de otros candidatos. Cuando ambas listas coinciden se identifica a un *puya ojo*, es decir, un líder que ofreció sus votos a más de un candidato y quien no volverá a tener la confianza de los patrones.

Hasta ahora se ha dado forma organizativa a una red clientelar que fluye de manera descendente, teniendo en la cúspide al patrón, quien elige al candidato, y en su base a las clientelas. Sin embargo, cuando el patrón es el propio candidato, existe una segunda escala vertical de relaciones que fluye de manera ascendente<sup>22</sup>, en la el político se ubica en medio de la red y su función es tanto de patrón, de su propia red, como de mediador, frente a otros actores políticos regionales y nacionales (Figura 2).

**Figura 2. Red clientelar ascendente**



Fuente: elaboración propia a partir de la información suministrada por los entrevistados.

<sup>22</sup> La idea de las dos escalas de relaciones proviene de Díaz (1986). Sin embargo, Díaz identificó la influencia del “jefe político” en un ámbito regional y el jefe político frente al poder central es cliente mientras que frente a instancias regionales es patrón.

En la estructura vertical ascendente, como se aprecia en la Figura 2, el patrón-candidato es el vínculo con la alcaldía municipal, el Senado y la Cámara de Representantes. En esta escala la función del concejal es doble, pues actúa como mediador entre el electorado y las esferas altas de poder sin dejar de ser el patrón de su propia red. Por encima del concejal es donde se tejen las alianzas con el grupo político local gobernante y con los representantes a nivel nacional. El concejal proporciona apoyo político y votos al candidato o candidatos que propone el grupo político que detenta el poder; mientras que alcaldes, senadores y representantes ofrecen recursos económicos, capital político y servicios públicos al primero. En suma, esta red es la principal fuente de recursos tangibles e intangibles de un patrón-candidato a nivel local, los cuales luego serán distribuidos a las clientelas electorales a través de los mediadores –capitanes, coordinadores y líderes-.

Por lo general, los candidatos que son “patrones” de su propia red son aquellos políticos que iniciaron su carrera como líderes sociales y que lograron ascender en la escala luego de acumular suficiente capital de apoyo político-electoral, a partir del trabajo comunitario y de alianzas estratégicas con determinados sectores de la población. Quienes avanzan por esta vía suelen ocupar puestos en el Concejo distrital. Un concejal que cuente con capital político y con un amplio caudal electoral se convierte en un actor bisagra dentro del escenario político local, pues vincula las clientelas –que están en la base de la pirámide- con la cúpula política municipal y nacional –ubicadas en ese orden en la parte más alta de la estructura piramidal-. La capacidad de negociación del concejal –o incluso de chantaje en términos de Sartori (1980)- dependerá de su experiencia, de los acuerdos previos y proyecciones futuras y, principalmente, del tamaño de su red clientelar, pues esta última es la que ofrece a las cúpulas políticas en tiempos electorales.

De lo anterior se deduce que el clientelismo en el distrito de Barranquilla va más allá de la imagen de los partidos políticos tradicionales y se ejerce a través de grupos familiares y líderes políticos, mas no a través de las agrupaciones

partidistas como recurso organizativo (Kopecky, 2016). Los partidos en el ámbito local son manejados por las casas políticas tradicionales, lideradas por “barones”, y por líderes políticos cuya carrera ha sido ascendente. De tal manera que suelen convertirse en instrumentos electorales para alcanzar fines particulares.

### **Reflexiones finales**

Este trabajo exploratorio ha indagado en el fenómeno del clientelismo, tan mediático pero poco estudiado empírica y analíticamente. Nuestra intención ha sido contribuir al conocimiento de las redes clientelares a nivel micro en Colombia. Concretamente, en identificar cómo están organizadas las redes y quiénes participan en ellas en el distrito de Barranquilla. Tomando como principal fuente de información una serie de entrevistas realizadas a informantes clave (patrones y mediadores).

Del análisis aquí desarrollado podemos extraer varias conclusiones, dentro de las que cabe destacar que existen una serie de actores que intermedian entre el votante y el candidato a un cargo de elección popular. En el caso del distrito de Barranquilla, el sistema político local se caracteriza por la presencia de una tríada clientelar, que incluye además de los votantes y candidatos, a una compleja organización de intermediarios electorales conocidos con las denominaciones de: líder, capitán, coordinador, taquillero o mochilero –dependiendo de sus responsabilidades o funciones en la intermediación política-. Así, la complejidad que posee el fenómeno en la ciudad va más allá de la compra de votos, y se inserta en múltiples áreas, desde la construcción de políticas, la distribución de los empleos en la ciudad, la licitación y ejecución de obras públicas a través de la red de intermediarios.

Destaca, asimismo, que en un sistema partidista débilmente institucionalizado como el de Barranquilla, los partidos políticos son instrumentos de acceso al poder de un reducido número de personas vinculadas al mundo político-empresarial. Ese poco arraigo de los partidos en la sociedad ha favorecido a las familias que tradicionalmente compiten por el poder político, pues, gracias al voto clientelar que es personalista y no programático, consiguen el caudal de

votos necesario para mantenerse al frente de los principales cargos de elección popular. Una de las consecuencias de lo anterior es que se debilita capacidad del elector de exigir responsabilidad a los políticos. Al emitir un voto a partir de las ganancias obtenidas no necesariamente se efectúa un voto de control político con el que se evalúe la gestión del partido al frente del gobierno, sino un voto por los favores recibidos. De modo que el cliente sólo castigará al patrón cuando este último no atienda la necesidad del primero y no por el desempeño de su gestión al frente de una institución pública, como normativamente debería ser.

### **Bibliografía**

- Anduiza, Eva y Bosch, Agustí (2009). *Comportamiento político y electoral*. Barcelona: Ariel Ciencia Política.
- Ardila, Laura (2015). "Profesión: 'puya ojos'", *La silla vacía*, 7 de agosto, en <http://lasillavacia.com/historia/profesion-puya-ojos-51021> [12 de mayo de 2017].
- Artiga, Alvaro (1998). "Fluidez y volatilidad en la institucionalización de los sistemas de partidos. Notas metodológicas para su medición", *América Latina Hoy*, núm. 10, pp. 125-129.
- Auyero, Javier (2002). "Clientelismo político en Argentina: doble vida y negación colectiva", *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 20, pp. 33-52.
- Auyero, Javier (2012). *La política de los pobres. Las prácticas clientelares del peronismo*, Buenos Aires: Manantial.
- Bartolini, Stefano (1988). "Partidos y sistemas de partidos", en Gianfranco Pasquino et al, *Manual de Ciencia Política*. Madrid: Alianza, pp. 217-264.
- Bartolini, Stefano y Mair, Peter (1990). *Identity, Competition and electoral Availability. The Stabilisation of European Electorates, 1885-1985*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Díaz, Eduardo (1986). *El clientelismo en Colombia. Un estudio exploratorio*, Bogotá: El áncora editores.
- García, Mauricio y Revelo, Javier (2010). *Estado Alterado. Clientelismo, Mafia y Debilidad Institucional en Colombia*, Bogotá: Colección De Justicia.
- Gay, Robert (1999). The Broker and the Thief: A Parable (Reflections on Popular Politics in Brazil), *Luso-Brazilian Review*, Vol. 36, núm. 1, pp. 49-70.
- Guerrero, L. (2014). *Clientelismo Político ¿Desviación de la política o forma de representación? Estado del arte sobre las aproximaciones al clientelismo en Colombia 1973-2011*, Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.
- Guillén, Fernando (1996). *El poder político en Colombia*. Bogotá: Planeta.
- Guzmán, Carlos E. (2005). *Política, descentralización y subsistemas regionales de partidos en Colombia, 1988-2000. Una explicación teórica y un análisis empírico*. Ibagué: Universidad de Ibagué.



- Heckathorn, Douglas (1997). "Respondent-Driven Sampling: A New Approach to the Study of Hidden Populations", *Social Problems*, Vol. 44, núm. 2, pp. 174-199.
- Helmke, Gretchen y Levitsky, Steven (2006). *Informal Institutions and Democracy. Lessons from Latin America*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Hilgers, Tina (2008). "Causes and Consequences of Political Clientelism: Mexico's PRD in Comparative Perspective", *Latin American Politics and Society*, Vol. 50, núm. 4, pp. 123-153.
- Kopecky, Con Petr (2016). "El patronazgo partidario como recurso organizativo", en Casal, Fernando y Scherlis, Gerardo (Comps.), *Partidos, sistemas de partidos y democracia. La obra esencial de Peter Mair*, Buenos Aires: Eudeba.
- Leal, Francisco y Dávila, Andrés (2010). *Clientelismo: el sistema político y su expresión regional*, Bogotá: Universidad de los Andes.
- Legg, Keith (1975). "Patrons, Clients, and Politicians: New Perspectives on Political Clientelism", *Working Papers on Development* núm. 3. Berkeley: Institute of International Studies, University of California.
- Mainwaring, Scott y Scully, Timothy (1995). "La institucionalización del sistema de partido en la América Latina", *América Latina Hoy*, Vol. 16, pp. 91-108.
- Mainwaring, Scott y Torcal, Mariano (2005) "La institucionalización de los sistemas de partidos y la teoría del sistema partidista después de la tercera ola democratizadora", *América Latina Hoy*, Vol. 41, pp. 141-173.
- O'Donnell, Guillermo (1996). "Illusions About Consolidation", *Journal of Democracy*, Vol. 7, núm. 2, pp. 34-51.
- Oñate, Pablo y Ocaña, Francisco A. (1999). *Análisis de datos electorales. Cuadernos Metodológicos*, 27. Madrid: CIS.
- Pedersen, Mogens (1983) "Changing patterns of electoral volatility in European party systems, 1948-1977: Explorations and explanations", en Hans Daalder y Peter Mair (Eds.), *Western European Party systems. Continuity and Change*, Londres: Sage, pp. 29-66.
- Przeworski, Adam, Stokes, Susan y Manin, Bernard (1999). *Democracy, Accountability, and Representation*, EE.UU.: Cambridge University Press.
- Quintana, Alberto y Montgomery, William (Eds.) (2006). *Psicología: Tópicos de actualidad*. Lima: UNMSM
- Rae, Douglas (1971). *The Political Consequences of Electoral Laws*. New Haven: Yale University Press.
- Ruíz, Leticia y Otero, Patricia (2013). *Indicadores de partidos y sistemas de partidos*. Cuadernos Metodológicos, 51. Madrid: CIS.
- Sartori, Giovanni (1980). *Partidos y Sistema de Partidos*, Madrid: Alianza Editorial.
- Schröter, B. (2010). "Clientelismo político: ¿existe el fantasma y cómo se viste?" *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 72, No. 1, pp. 141-175.
- Stokes, Susan, Dunning, Thad, Nazareno, Marcelo y Brusco, Valeria (2013). *Brokers, Voters, and Clientelism. The Puzzle of Distributive Politics*, EE.UU.: Cambridge University Press.
- Toole, James (2000). "Government Formation and Party System Stabilization in East Central Europe", *Party Politics*, Vol. 6, núm. 4, pp. 441-461.

Zapata, Eucaris (2016). "Clientelismo político. Un concepto difuso pero útil para el análisis de la política local". *Estudios Políticos*, núm. 49, pp. 167-185.

Zarazaga, Rodrigo (2014). "Vote-buying and Asymmetric information", *Working Paper*, núm. 398, Kellogg Institute for International Studies.