

Clientelismo político en Barranquilla

Luis A. González Tule
Universidad del Norte
ltule@uninorte.edu.co

Carlos E. Guzmán
Universidad del Norte
cguzmane@uninorte.edu.co

Área Temática: Democracia, Democratización y Calidad de la Democracia.
Ponencia preparada para su presentación en el 9º Congreso de la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP), Montevideo, 26-28 de julio de 2017.

Resumen

Este trabajo pretende acercarse al fenómeno del clientelismo tomando como referencia el municipio de Barranquilla, en el Caribe colombiano. A partir de entrevistas semiestructuradas realizadas a informantes clave en el municipio (*patrones* y *mediadores*), se logró identificar cómo está conformada una red clientelar, quiénes participan en ella y cómo funciona en términos de organización y flujo de recursos. De tal manera que el trabajo ayuda a esclarecer una de las formas por la que los políticos consiguen votos, más allá de la presunción normativa de la democracia de la oferta programática, en un sistema de partidos débilmente institucionalizado.

Palabras clave: Clientelismo político; Sistema de partidos; Barranquilla; Colombia.

Introducción

El clientelismo político ha estado presente en Colombia a lo largo de su historia como nación independiente, pero es a partir de la década de 1980 cuando los trabajos sobre este tema adquieren un mayor rigor empírico y metodológico. De ello dan muestra algunos referentes muy destacados dentro de los que cabe citar los estudios clásicos de Díaz (1986) y de Leal y Dávila ([1990] 2010). Por un lado, Díaz 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, pues para éstos, frente a la ausencia del Estado o ante su cooptación por grupos de poder político, el clientelismo fue el único recurso para solucionar desde las necesidades básicas –como atención médica- hasta otras de mayor complejidad –como obras públicas- (Díaz, 1986).

Por otro lado, Leal y Dávila abordan el fenómeno desde dos perspectivas de aproximación: a nivel del sistema político –lo que denominan macrosocial- y a nivel municipal –lo que llaman 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 regional. Así, “el microcosmos local del municipio se convirtió en el fundamento a partir del cual se construyó el edificio político del nuevo sistema” (Leal y Dávila, 1990: 26).

Siguiendo el razonamiento de Leal y Dávila, acerca de la importancia que adquirieron los municipios como esferas edificadoras del sistema político, el presente trabajo pretende contribuir en la generación de conocimiento sobre las prácticas políticas actuales en esos microcosmos, a partir de la descripción de la estructura y funcionamiento de las redes clientelares en el municipio de Barranquilla. Se busca, asimismo, conocer cómo están organizadas las redes mediante la identificación de los principales actores que las componen en un sistema de partidos débilmente institucionalizado.

Para su desarrollo, el trabajo está dividido en tres apartados. Comenzando se delimita conceptualmente el clientelismo como una manera de entender las distintas nociones desde las que es estudiado este fenómeno. Mismo en el primer apartado se abordan los aspectos metodológicos que dan sustento a la investigación. El segundo hace referencia a la configuración del sistema partidista en Barranquilla. El objetivo es poner de

manifiesto la debilidad del sistema de partidos en el municipio. En el tercer apartado se describe la conformación y el funcionamiento de las redes clientelares. Para concluir con varias reflexiones finales.

1. Delimitación metodológico-conceptual

El clientelismo político es una institución informal¹ definida como “el intercambio personalizado de favores, bienes y servicios por apoyo político y votos entre masas y élites” (Auyero, 2012: 35). Esta definición resulta acorde con los objetivos de la presente investigación ya que permite abordar el clientelismo desde la perspectiva objetiva, así como desde la subjetiva del intercambio. Los defensores de la dimensión objetiva argumentan que los individuos que participan en el intercambio (*patrones, mediadores y clientes*) persiguen un fin en un momento específico. El *patrón* dispone de recursos los cuales distribuye a las clientelas a cambio de su apoyo político; el *mediador* acerca al patrón con el electorado, esperando ser recompensado con cargos y acceso a recursos; mientras que el *cliente* obtiene beneficios a cambio de su voto. Todos los involucrados son motivados por el interés de obtener algo a cambio (Stokes *et al.*, 2013). Desde esta perspectiva el clientelismo debilita la rendición de cuentas y socava la efectividad del gobierno (Przeworski *et al.*, 1999). Los autores que centran su atención en el carácter simbólico de la relación defienden que los clientes responden a los patrones por lealtad o porque comparten identidades forjadas a lo largo del tiempo (Auyero, 2002). Para los defensores de la segunda perspectiva el clientelismo facilita el funcionamiento del sistema democrático al suplir carencias que el Estado es incapaz de satisfacer (Auyero, 2002; Zarazaga, 2014).

La principal fuente de información que sirvió para dar forma al entramado clientelar en Barranquilla proviene de 13 entrevistas semiestructuradas realizadas a informantes clave: cinco concejales del municipio, cuatro líderes y cuatro miembros de dos Juntas de Acción Comunal². La técnica de entrevistas a informantes clave resulta apropiada para el estudio puesto que permite conocer, en voz de sus principales actores, algunas de las estrategias informales de captación de votos que públicamente no suelen reconocerse. Las

¹ 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).

² 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).

entrevistas fueron celebradas entre los meses de septiembre y diciembre de 2016 en distintos puntos de la ciudad de Barranquilla. El criterio de selección de los informantes fue la posición que ocupan en la red clientelar, de modo que se buscó tanto a mediadores (*brokers*) como a patrones políticos (*patrons*). Dado que la información proporcionada por los informantes está fuera de la formalidad –y en algunos casos de la legalidad-, la identidad de los entrevistados se mantiene en anonimato.

2. Configuración partidista en Barranquilla

Una de las características más interesantes de los sistemas sociales 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.

En este apartado, y en relación con el tema central del trabajo, nos ocuparemos brevemente de los partidos políticos que compiten por el poder político en Barranquilla. Del mismo modo, de las relaciones que se producen entre estas organizaciones. Es decir del sistema partidario que las mismas reproducen. 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 afina 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.

Dada la dificultad para abordar empíricamente las cuatro dimensiones, en este trabajo optamos por medir la segunda a través del índice de volatilidad electoral. El índice de volatilidad va de 0 –baja volatilidad- a 100 –alta volatilidad- y mide el porcentaje del electorado que de opción política de una elección a otra³. Los datos aquí utilizados son los resultados de los últimos dos procesos electorales (2011 y 2015) para formar el Concejo de Barranquilla. El resultado muestra que el sistema partidista en Barranquilla es poco estable, pues 31,81% de los votantes cambia de preferencia política entre la elección de 2011 y la de 2015, lo que se traduce en una baja identificación partidista por parte del electorado.

Lo siguiente es 1) conocer qué organizaciones político partidistas han participado en los procesos electorales de los periodos 2008-2011, 2012-2015 y 2016-2019 en Barranquilla, 2) evidenciar que existe una desafección política considerando de la baja participación ciudadana en los procesos electorales, y 3) determinar si se ha mantenido o, por el contrario, ha cambiado el formato del sistema de partidos.

Como punto de partida, la característica principal, respecto de los partidos políticos que compitieron, compiten, por el poder político en Barranquilla, son el resultado de la Reforma política de 1986⁴, reforma que agudizó el faccionalismo regional, producto de la desideologización y la crisis del bipartidismo tradicional, y puso al descubierto la fuerte

³ 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” (Mainwaring y Torcal, 2005: 147)

⁴ 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 posibilitó 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.

atomización partidista en Colombia, para dar paso a una ascendente clase política regional. Pero los partidos políticos colombianos, en general, y los que compiten a nivel territorial, en particular, son también el resultado de cambios políticos ocurridos, en distintos momentos y bajo circunstancias diferentes, durante uno de los acontecimientos más importantes de la historia política del país: El Frente Nacional. La reforma política de 1986, la entrada en vigencia de la Constitución Política de 1991, la reforma política de 2003 y la reforma política de 2009, son hechos que produjeron cambios en el régimen político colombiano desde la perspectiva del sistema electoral y del sistema de partidos.

En segundo lugar, y a pesar del reconocimiento que tienen los ciudadanos de las elecciones como el medio más idóneo para el ejercicio del poder político, cabe señalar que es significativamente alta la abstención electoral que se observa en cada una de las elecciones. En promedio, la abstención en las elecciones de 2007, 2011 y 2015 se situó en un 50,43%. 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.

Lo siguiente es observar cómo ha sido la oferta político partidista que se disputa el poder en Barranquilla. Para ello, tomaremos en consideración solamente las elecciones al Concejo y a la alcaldía distrital. La tabla 1, nos permite apreciar el comportamiento de la oferta partidista que compite en Barranquilla por el poder político del Concejo y de la administración distrital en 2007, 2011 y 2015. La lectura de la tabla, nos permite apreciar, en elecciones a concejo, una oferta partidista estructurada que se mantiene casi inalterada durante todo el periodo observado; y, en elecciones a alcalde una estructurada, 2007 y 2011, y una fluida, de 2015. No obstante esta regularidad de la oferta partidista, bien vale la pena resaltar que el Partido Cambio Radical, presente en todas las elecciones de concejo y alcaldía, no solo ha alcanzado una presencia significativa en el concejo distrital, en número de concejales, sino que ha ganado la alcaldía de Barranquilla en las tres elecciones, con amplios márgenes de diferencia.

Tabla 1. Oferta partidista en Barranquilla 2007-20015

OFERTA PARTIDISTA BARRANQUILLA	ELECCIÓN: POR AÑO Y PARTIDO		
	2007	2011	2015
CONCEJO	Cambio Radical	Cambio Radical	Cambio Radical

DISTRITAL	Unidad Nacional Conservador Polo Democrático Liberal Alas-Equipo Colombia ASI* Colombia Viva Convergencia Ciudadana Colombia Democrática ASA**	Unidad Nacional Conservador Polo Democrático Liberal Inclusión y Oportunidades Alianza Social Independiente AICO*** Verde Afrovides PIN**** MIRA	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.

De otra parte, en lo que respecta a las interacciones partidistas, sistema de partidos, que se producen a partir de la oferta señalada en la Tabla 1, que alcanzó cuotas de poder tanto a nivel de concejo como de alcaldía, bien podríamos hacer referencia al sistema de partidos desde dos ámbitos: 1) el del concejo distrital, espacio en donde se configura un formato de pluripartidismo atomizado, no polarizado, cuya principal características es la lucha, en estos comicios, entre partidos tradicionales, en primer lugar, y, en segundo lugar, entre estos y los “nuevos” partidos políticos que surgen como consecuencia de la apertura política de la reforma de 1986, en unos casos, y, en otros, resultado de la escisión que sufrieron los partidos tradicionales luego de la entrada en vigencia la Constitución de 1991; 2) el de la alcaldía distrital, en el que se configura, dado el fuerte predominio y fortaleza del Partido Cambio Radical, en términos de apoyo electoral para concejo y alcaldía, 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 período 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.

3. Clientelismo político en Barranquilla

Según la teoría democrática normativa, candidatos y políticos que buscan la reelección deben ofrecer al electorado un programa o agenda política que, de resultar ganadores, defenderán una vez que asuman el cargo. Pero la política en América Latina requiere que los analistas dejen de pensar en organizaciones “altamente formalizadas” (O’Donnell, 1996: 40) y que observen el funcionamiento real de las democracias a través de las prácticas informales. Siguiendo esta propuesta es posible entender la permanencia del clientelismo como una de las principales formas de captación de voto no programático-ideológico a la que recurren candidatos y políticos. Exponer cómo están organizadas las redes clientelares en el municipio de Barranquilla, quiénes son los actores más relevantes y cuál es su participación, es menester de este último apartado.

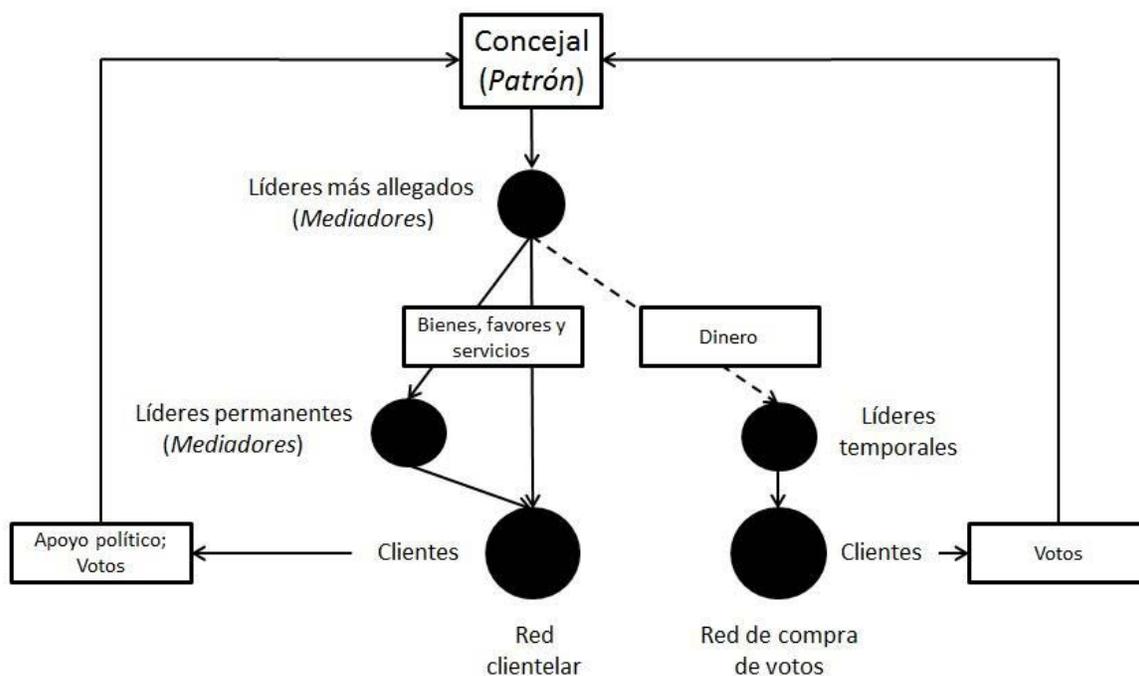
Al igual que en otros territorios del país, la política partidista en Barranquilla adopta la forma de “maquinarias locales” identificada por Díaz hace más de dos décadas (1986: 33). Las maquinarias locales y el fraccionalismo regional son herederas de la ruptura de las “jefaturas naturales” que ocasionó 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 depende del partido de adscripción. Las entrevistas realizadas para este trabajo permitieron identificar una pieza clave dentro de la estructura clientelar que representa la personalización de la política municipal. Esta es la figura del concejal y su peso dentro de la red es proporcional a su experiencia política, sus alianzas, su capacidad para lograr acuerdos y a la cantidad de votos obtenidos. En una red clientelar consolidada el concejal, de cierto nivel y trayectoria, maneja dos escalas de relaciones: una descendente, en la que funge como patrón y la red fluye hacia abajo de él (Figura 1); y una ascendente, en la que está ubicado en medio de la

red y su función es tanto de patrón como de mediador con otros actores políticos regionales y nacionales (Figura 2)⁵.

La Figura 1 muestra un esquema clientelar –y de compra de votos- de un concejal que logra consolidar su influencia política en las esferas del poder local. En dicha figura el patrón está al frente de una maquinaria clientelar conformada por dos anillos de líderes – quienes actúan como mediadores- y por el electorado en la base de la organización. En el primer anillo se encuentran los líderes más cercanos al concejal. Éstos son actores fundamentales dentro del engranaje político pues son los encargados de relacionarse con otros líderes y de distribuir los recursos destinados a los clientes. La relación con los clientes, en donde intervienen los mediadores del segundo anillo, es de carácter permanente, construida a lo largo del tiempo y alimenta por la noción de reciprocidad del intercambio.

Figura 1. Red clientelar y compra de votos descendente



Fuente: elaboración propia con base en distintas fuentes.

⁵ La idea de las dos escalas de relaciones proviene de Díaz (1986). Sin embargo, a diferencia de los hallazgos aquí expuestos, Díaz identificó la influencia del “jefe político” en un ámbito regional; y respecto a las escalas el jefe político frente al poder central es cliente, mientras que frente a instancias regionales es patrón.

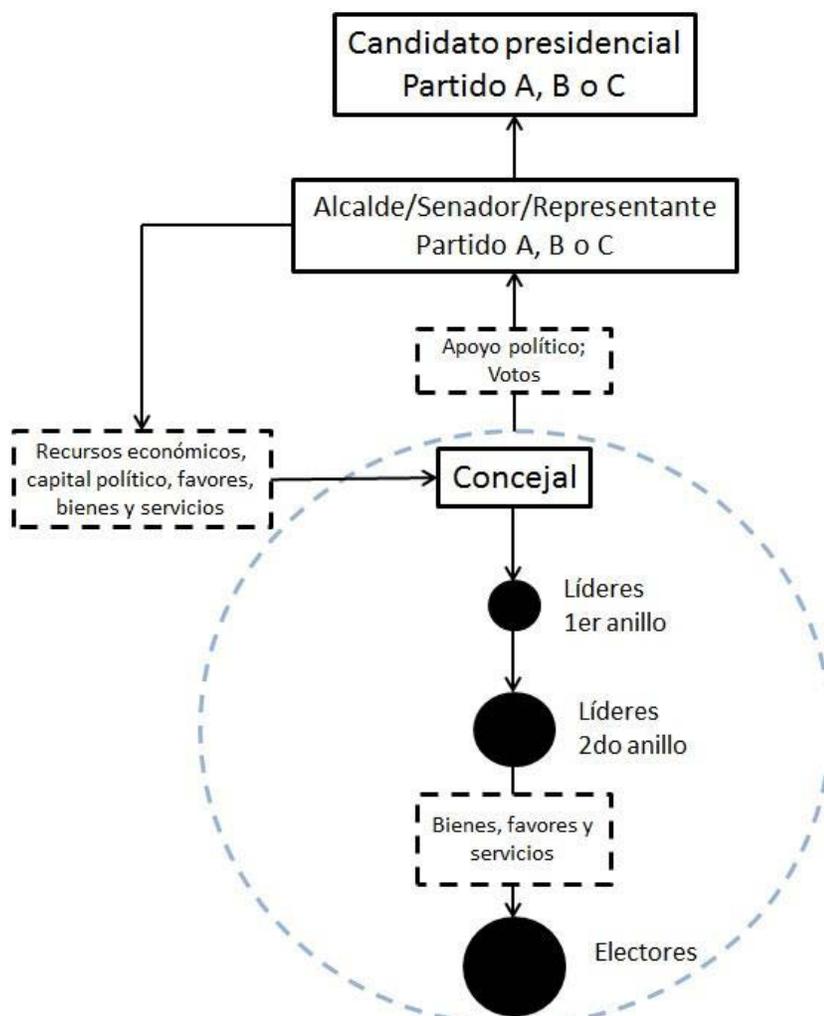
La personalización de la política y las necesidades de la población han promovido que la atención de demandas –desde las inmediatas hasta las más complejas- pase indudablemente por la intervención de mediadores políticos. En zonas de menor penetración del Estado donde los servicios públicos son inexistentes 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. Para atender las demandas de la clientela los líderes más allegados al patrón cuentan con recursos económicos y políticos. Por ejemplo, a través de las Órdenes de Prestación de Servicios⁶ (OPS) disponen de recursos económicos para pagar a sus propios líderes, para organizar eventos, pagar proveedores o trasladar personal. Las OPS también proporcionan un espacio para asignar puestos de trabajo.

Paralela a la red clientelar, y más allá de la informalidad, 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. La compra de votos, a diferencia de la red clientelar, se activa en periodos electorales y opera durante algunos días. Por ello se habla de “líderes temporales” (Figura 1), quienes son conocidos también como *mochileros*, pues el día de las elecciones portan el dinero que pagarán a sus clientelas en una mochila. Los líderes temporales negocian directamente con los mediadores más cercanos al concejal y la relación es de conveniencia mutua: votos a cambio de dinero. 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

⁶ Se entiende por OPS una forma de vinculación con la administración pública mediante la celebración de un contrato a término definido.

evitar caer en un “fraude dentro de la ilegalidad”, los mediadores del primer anillo cruzan las listas que les presentan los líderes temporales con las listas de otros candidatos. Cuando ambas listas coinciden se ha identificado un *puya ojo*, es decir, a un líder que ofreció sus votos a más de un candidato.

Figura 2. Red clientelar ascendente



Fuente: elaboración propia con base en distintas fuentes.

En la escala vertical ascendente, por su parte, el concejal es el vínculo con la alcaldía municipal, el Senado y la Cámara de Representantes (Figura 2). 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 candidatas 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- que luego serán distribuidos a los líderes y a las clientelas electorales.

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 municipio de Barranquilla. Tomando como principal fuente de información una serie de entrevistas realizadas a informantes clave (patrones y mediadores).

Del análisis aquí desarrollado se pueden extraer varias conclusiones. Primero, que en un sistema 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, ya que, gracias al voto clientelar que es personalista y no programático, mantienen el caudal de votos necesario para mantenerse al frente de los principales cargos de elección popular.

Segundo, que tanto un sistema débilmente institucionalizado como las prácticas clientelares debilitan la capacidad del elector de exigir responsabilidad a los políticos. Uno de los problemas que trae consigo el emitir un voto a partir de las ganancias obtenidas, es que no necesariamente es 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.

Por último, dentro del entramado clientelar existe una pieza clave que es el concejal. Un concejal que ha acumulado suficiente capital político y cuenta con un amplio caudal electoral se convierte en un actor bisagra, el cual 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.

Bibliografía

- 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.
- Díaz, Eduardo (1986). *El clientelismo en Colombia. Un estudio exploratorio*, Bogotá: El áncora editores.
- 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.
- 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.
- 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.
- Leal, Francisco y Dávila, Andrés ([1990] 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, (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.
- Przeworski, Adam, Stokes, Susan y Manin, Bernard (1999). *Democracy, Accountability, and Representation*, EE.UU.: Cambridge University Press.
- Sartori, Giovanni (1980). *Partidos y Sistema de Partidos*, Madrid: Alianza Editorial.
- Stokes, Susan, Dunning, Thad, Nazareno, Marcelo y Brusco, Valeria (2013). *Brokers, Voters, and Clientelism. The Puzzle of Distributive Politics*, EE.UU.: Cambridge University Press.
- Zarazaga, Rodrigo (2014). “Vote-buying and Asymmetric information”, *Working Paper*, núm. 398, Kellogg Institute for International Studies.