# Reflexións sobre o clientelismo político na Galicia do século XIX

Xosé R. Veiga Alonso

## INTRODUCCIÓN

A pesar de ser a realidade clientelar e caciquil case un lugar común nas referencias ó espacio político galego (e estatal) decimonónico, non é porén un tema ó que a historiografía teña adicado un esforzo investigador comparable á súa transcendencia histórica. De prácticas caciquís, de inxerencia gobernamental nas eleccións, de presións bastardas ós electores, de *pucherazos* e *partidas de la porra*, tense falado moito tanto polos propios protagonistas (a miúdo involuntarios) dos feitos como pola banda dos estudiosos que teñen dedicado parte do seu tempo a matinar respecto do entramado político-electoral que define a Galicia do pasado século, mais sen que estas aproximacións se teñan traducido nun estudio en profundidade que dea conta dos condicionantes explicativos do voto neste contexto, da interrelación entre a praxe política e a estructura socioeconómica dominante ou das implicacións que na dinámica electoral (e, máis en xeral, no control das poboacións) teñen os espacios locais de poder (concellos, xulgados, deputacións), por mencionar só algúns elementos de forzosa consideración nunha análise deste tipo[1]. De feito, a reflexión debería de comezar polo máis simple

1. Entre os traballos existentes interesan en especial os de Barreiro Fernández, X. R. "Las elecciones de la Unión Liberal (1858) en la provincia de Orense y el tema del caciquismo", en Juana, J. de e Castro, X. *1 Xornadas de Historia de Galicia.* Deputación Provincial, Ourense, 1985, pp. 49-92 e *Historia Contemporánea. Política (Século XIX)*, en *Galicia. Historia*, t. VII, Hércules de Ediciones, A Coruña, 1991; Taboada Moure, P. *Las elites y el poder político. Elecciones provinciales en Pontevedra (1836-1923).* Deputación Provincial, Pontevedra, 1987; Durán, J. A. *Historia de caciques, bandos e ideologías en la Galicia no urbana.* Siglo XXI, Madrid, 1972; *Crónicas I. Agitadores, poetas, caciques, bandoleros y reformadores en Galicia.* Akal, Madrid, 1974; "Poder local y organización social-agraria: nuevo repaso al viejo asunto del caciquismo norteño", en García Merino, L. V.

e elemental, pero como tal tamén o máis básico e vital, como é a definición dos contidos que engloba a expresión "caciquismo", tan chea de connotacións e expresividade e tan vulgarizada como escasamente sistematizada na súa significación: noutras palabras, e emulando unha coñecida expresión, ¿de que falamos cando falamos de caciquismo?[2] A cuestión non é, en absoluto, obvia nin intrascendente, por canto dotar de significado concreto e universalmente aceptado pola comunidade dos científicos sociais á nomenclatura empregada nas investigacións é o único xeito de poder establecer un diálogo proveitoso sabendo todos ó que nos estamos a referir.

O caso concreto do termo caciquismo é un exemplo claro de abuso lingüístico. É tal a variedade de situacións que definimos a partir del que, ou ben aceptamos o seu emprego como expresión de valor totalizante e englobadora de feitos moi diferentes entre si (co risco certo de que pase a empregarse como expresión dun *todo* por ningúen fixado e de que quede situada nunha vaga indefinición de escasa utilidade explicativa), ou ben facemos un esforzo por delimitar o máis estreitamente posible as súas fronteiras chegando a un consenso verbo das realidades históricas que inclúe. De certo que esta segunda opción é a máis lóxica por canto aporta un compoñente de certeza e de precisión que fai máis doado o intercambio de coñecementos entre os investigadores, ó tempo que dota ó obxecto de estudio dunha entidade definida que asegura un tratamento máis obxectivo do mesmo. Só deste xeito poderemos evitar que baixo o rótulo de "caciquismo" ou de "prácticas caciquís" se sitúen actuacións históricas de contidos moi heteroxéneos, protagonizadas por actores de moi distinto calado e con implicacións (político-electorais, mais tamén sociais e económicas) así mesmo moi variables, que é o que en grande medida está a suceder agora en base a un emprego pouco reflexivo do termo: igual serve para definir a interacción que se establece entre o poder central e os poderes periféricos que para delimitar as relacións propietario-colono; igual para facer referencia a manobras de fraude electoral que

*Los espacios rurales cantábricos y su evolución.* Universidad de Cantabria-Asamblea Regional de Cantabria, Santander, 1990, pp. 81-93; Candeira Mosquera, F. *Caciquismo e poder local na Galicia da Restauración (Distrito de Ponteareas, 1881-1894).* Edicións Galicia-Sur, Ponteareas, 1990; "O funcionamento caciquil da Restauración en Ponteareas (1881-1894)", en *Grial* 81, 1983, pp. 315-26; Cardesín Díaz, J. María e Lago Peñas, P. "Repensando el caciquismo: espacio político y agencia social en la Galicia de la Restauración", en *Historia y Crítica* 2, 1992: pp. 191-226; Cardesín Díaz, J. María, "Revolución liberal y poder político local: estabilidad y cambio en el mundo rural lucense", en Donézar, J. M. e Pérez Ledesma, M. (eds.). *Antiguo Régimen y liberalismo. Homenaje a Miguel Artola 2. Economía y Sociedad.* Alianza-Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, 1995, pp. 441-52. A aportación máis recente é a obra colectiva coordinada por Fernández Prieto, L. (et al.). *Poder local, elites e cambio social na Galicia non urbana (1874-1936).* Parlamento de Galicia-Universidade, Santiago de Compostela, 1997.

2. Refírome ó título do artigo de Serna, J. e Pons, A. "¿De qué hablamos cuando hablamos de microhistoria?", en *Ayer* 12, 1993, pp. 93-133.

para subliñar prácticas de favoritismo administrativo; igual para explicitar as actividades de intervencionismo electoral do executivo (*encasillado*, presións ós funcionarios, recurso ó monopolio estatal da forza armada) que para fixar as redes (*caciquís*) de notables locais que controlan as eleccións; igual para sinalar a dinámica do reparto discriminado de impostos que para enunciar o tipo de conexións que se dan entre as facciónsactuantes no contexto político do momento... En definitiva, un universo moi amplo (que inclúe desde relacións institucionais e orgánicas ata contactos privados e personalizados en nomes e apelidos) que quizais é excesivo reducir a un único termo. Non quero dicir con isto que sexa inválido, senón que esixe unha maior matización no seu uso, a introducción de variables adaptativas a partir da noción central e, sobre todo, un acordo previo en canto á fixación dos seus contidos[3]. É por estas razóns que neste traballo as reflexións que se inclúen versan sobre o clientelismo político e non sobre o caciquismo, xa que o primeiro conta coa vantaxe de ter unha definición máis ou menos aceptada a nivel das ciencias sociais (aínda que, logo o veremos, non libre de limitacións e contradiccións no seu contraste coa realidade empírica) en canto relación baseada no intercambio mutuamente beneficioso de bens e servicios de diferente calidade entre dous actores situados en distintos niveis dentro da escala de poder (relación xerárquica e vertical), cun patrón que esixe apoio político (basicamente votos), respecto e deferencia públicos e un cliente interesado na consecución de favores e xestións (privadas) de índole moi variable[4].

3. Fernández Prieto, L. *(et al.)*. "Introducción: Poder local e cambio social na Galicia contemporánea. Balances e propostas", en Fernández Prieto, L. (et al.). *Poder local, elites...*, *op. cit.*, p. 18.

4. Evidentemente, é esta unha caracterización moi simple do fenómeno do clientelismo, mais ó longo do traballo irémola complicando coa introducción de novas variables. A bibliografía dispoñible sobre o tema (especialmente en lingua inglesa) é moi abundante, pero para unha primeira aproximación poden servir as seguintes referencias: González Alcantud, J. A. *El clientelismo político. Perspectiva socioantropológica.* Anthropos, Barcelona, 1997; Robles Egea, A. (comp.). *Política en penumbra. Patronazgo y clientelismo políticos en la España contemporánea.* Siglo XXI, Madrid, 1996; Alvarado, J. *Poder, economía, clientelismo.* Marcial Pons, Madrid, 1997; Gellner, E. (et al.). *Patronos y clientes.* Júcar, Madrid, 1986; Moreno Luzón, J. "Teoría del clientelismo y estudio de la política caciquil", en *Revista de Estudios Políticos* 89, 1995, pp. 191-224; Máiz, R. "Desconfianza e poder persoal: os mecanismos elementais do clientelismo político", *A Trabe de Ouro* 31, 1997, pp. 13-31; "Estructura y acción: elementos para un modelo de análisis micropolítico del clientelismo", *Revista Internacional de Sociología* 8-9, 1994, pp. 189-215; "Estrategia e institución: el análisis de las dimensiones *macro* del clientelismo político", en Robles Egea, A. (comp.). *Política en penumbra...*, *op. cit.*, pp. 43-67; Médard, J. F. "Le rapport de clientèle: du phénomene social à l'analyse politique", en *Revue française de science politique* 26, 1976, pp. 103-31; Eisenstadt, S. N. e Lemarchant, R. (eds.), *Political Clientelism, Patronage & Development.* Sage, Londres, 1981; Eisenstadt, S. N. e Roniger, L. "Patron-Client Relations as a Model of Structuring Social Exchange", en *Comparative Studies in Society and History* 22, 1980, pp. 42-77 (os dous con abundante bibliografía); Boissevain, J. *Friends of Friends.* Basil Blackwell, Oxford, 1978; Clapham, Ch. (ed.), *Private Patronage and Public Power. Political Clientelism in the Modern State.* Frances Pinter, Londres, 1982; Graziano, L. (a cura di). *Clientelismo e mutamento politico.* Franco Angeli, Milán, 1974.

## DA RELACIÓN DIÁDICA Á REDE CLIENTELAR

A pesar de que imos centrar a reflexión nos aspectos máis estrictamente políticos do clientelismo, debe de quedar claro que como fenómeno complexo que é presenta derivacións que tocan directamente coa realidade social e económica da colectividade estudiada, de tal xeito que calquera intento de comprensión da práctica clientelar que non teña en conta os condicionantes estructurais dentro dos que actúa resultaría perfectamente inútil. No caso concreto da Galicia do século XIX (e de boa parte do XX), e en función do carácter central que a terra ten en canto recurso básico arredor do que se estructuran as relacións tanto sociais como económicas, é evidente que á hora de identificar fenómenos de natureza clientelar e fixar os seus contidos, a referencia ós modos e maneiras de explotación do terrádego é imprescindible (así como ós concretos vínculos que entre propietario e foreiro-arrendatario-caseiro se establecen)[5], como igualmente necesario resulta ter en conta factores de contido social (relacións familiares e de parentesco, amizades, solidaridades de grupo) e outros ligados ó proceso de creación do Estado liberal e á configuración dos seus órganos periféricos de poder (concellos, deputacións, xulgados, selección de funcionarios): só na interrelación destas coordenadas poderemos situar os alicerces da política clientelar[6].

Todo o anterior lévanos pola man ó establecemento do principio do clientelismo como unha realidade cotiá e presente nos máis variados eidos da vida da persoa, que se ten con preferencia unha plasmación nos períodos electorais (co intercambio materializado en votos por parte dos clientes) presenta pola contra unha construcción diaria e permanente, continua[7]. A mellor exemplificación desta circunstancia son as

5. Durán, J. A. *Crónicas I. Agitadores...*, op. cit., p. 248; *Agrarismo y movilización campesina en el país gallego (1875-1912).* Siglo XXI, Madrid, 1977, pp. 291 e 303; Candeira Mosquera, F. *Caciquismo e poder...* op. cit., pp. 16-19.

6. Na liña que M. Mann establece en canto á interrelación das fontes sociais de poder. *Vid., Las fuentes del poder social I.* Alianza, Madrid, 1991 e *Las fuentes del poder social, II. El desarrollo de las clases y los Estados nacionales, 1760-1914.* Alianza, Madrid, 1997. No mesmo sentido da pluralidade das fontes de poder inciden Contreras, J. "Estratificación social y relaciones de poder", en Prat, J., Martínez, U., Contreras, J. e Moreno, I. (eds.), *Antropología de los pueblos de España.* Taurus, Madrid, 1991, p. 513; Carasa Soto, P. "Élites castellanas de la Restauración: del bloque de poder al microanálisis", en *Historia Contemporánea* 13-14, 1996, pp. 163-64; Suau, J. "Qui mana? Com? Per què? Estudi de les relacions de poder en les collectivitats rurals", en *L'avenç* 160, 1992, p. 36 ou Luque, E. *Antropología política. Ensayos críticos.* Ariel, Barcelona, 1996, p. 12.

7. Sierra Alonso, M. "Clientes, caciques y notables políticos: mecanismos de control electoral en la Sevilla de la Restauración", en *Trocadero. Revista de Historia Moderna y Contemporánea* 5, 1993, p. 388; Ruiz Pérez, R. e R. *Propiedad de la tierra y caciquismo: el caso del Dólar en los tiempos de Alfonso XIII.* Diputación de Granada-Ayuntamiento del Dólar, Granada, 1987, p. 188; Garrido Martín, A. "Sociología electoral de la Restauración: los estudios sobre caciquismo", en Rueda, G. (ed.). *Doce estudios de historiografía contemporánea.* Universidad de Cantabria-Asamblea Regional de Cantabria, Santander, 1991, p. 181; Marcos del Olmo, Mª C. *Voluntad popular y urnas. Elecciones en Castilla y León durante la Res-*

reiteradas xestións que os políticos cabezas de redes clientelares deben de intermediar diante de instancias administrativas, que sen dúbida constitúen o seu quefacer diario máis característico (moi por enriba dunha actividade como parlamentarios polo xeral só presencial e nada participativa)[8]. Nun nivel máis cercano, a verificación dun clientelismo construído no día a día é ben visible nas relacións que se establecen adoito entre os diferentes estratos sociais presentes nas comunidades locais: desde a concesión de préstamos, pasando polo acceso ó traballo nas terras, ó emprego do gando ou á xestión discriminada dos impostos e chegando ós obrigados contactos coa administración periférica (concellos especialmente), son outros tantos contextos nos que as relacións clientelares soen contar cun protagonismo destacado.

Aludiamos na definición do clientelismo ó seu carácter diádico ó implicar a dous individuos nunha relación de intercambio desigual. Esta é unha característica estructural da dinámica clientelar, que sempre se entende como un contacto *face to face*, persoal e singularizado, mais a partir deste principio básico é posible complexizar a realidade que contén e facela máis operativa para o estudio histórico co establecemento das coñecidas como redes ou pirámides clientelares, integrando así na análise un maior número de elementos interactuantes e permitindo dar o salto dunha concepción antropolóxica a outra máis propiamente sociopolítica[9]. Estas redes presentan un aspecto xerárquico e estructurado verticalmente, cun centro ocupado polo patrón e unha serie de liñas de contacto que o engarzan (sempre en base a unha conexión vertical e diádica) cunha serie de clientes principais (o *núcleo* da rede), que á súa vez manteñen unha relación do mesmo tipo coas súas respectivas microclientelas configurando así unha malla social e relacional (*social network*) que se vai complicando en base a sucesivos engadidos, e isto sen perder

*tauración y la II República (1907-1936)*, Universidad de Valladolid, Valladolid, 1995, p. 29; Riquer, B. de "Burgesos, polítics i cacics a la Catalunya de la Restauració", en *L'avenç* 85, 1985, p. 652. Lenclud, G. "S'attacher. Le régime traditionnel de la protection en Corse", en *Terrain* 21, 1993, fala do clientelismo como dunha relación social continua (p. 90).

8. Como se pode comprobar, por exemplo, no repaso da correspondencia do conde de Pallares (deputado en 1857, 1863, 1871, 1872 e 1876, ademais de senador vitalicio desde 1877) depositada no Arquivo Histórico Provincial de Lugo (serie Xeral, documentación do conde de Pallares, legs. 1-18 bis: en diante, AHPL, CP). A masa empírica do presente artigo está na súa maioría sacada da miña investigación sobre deste persoeiro: Veiga Alonso, Xosé R. *O conde de Pallares e o seu tempo, 1828-1908. Política, ferrocarrís e agrarismo en Galicia* (Tese de doutoramento. Universidade de Santiago, Departamento de Historia Contemporánea e de América).

9. Un pouco na liña de Máiz, R. ("Estructura y acción..." e "Estrategia e institución...", *op. cit.*) cando fala do salto do nivel "micro" ó nivel "macro" nas investigacións sobre o clientelismo político, e que aquí traducimos como o paso dun estudio restrinxido á compoñente particularista e singular do contacto patrón-cliente, a outro que permite operativizar a relación diádica entendéndoa dentro dunha ampla rede clientelar que implica un número variable de elementos e que ten unha elevada capacidade explicativa das actitudes político-electorais.

nunca como elemento formal o contacto directo e estrictamente vertical entre os seus membros[10]. Deste xeito, as redes aparecen como *cuasi-grupos* que carecen de unións horizontais, de conexións que unan a individuos situados no mesmo nivel dentro da rede ou da pirámide: as únicas vías de relación existentes son verticais e xerárquicas o que impide, segundo o profesor Máiz, a aparición de calquera tipo de acción colectiva pola ausencia de comunicación entre elementos que obxectivamente comparten características comúns e que potencialmente poderían organizarse en forma de grupo (partido, sindicato)[11]. Así, a rede clientelar actúa como un mecanismo inhibidor da acción colectiva e como un aparello desincentivador da aparición de verdadeiras estructuras partidistas baseadas na comunidade de intereses dos seus integrantes, contribuíndo decisivamente á configuración e mantemento dunha praxe política segmental que atravesa as barreiras clasistas e que só resulta favorable ós elementos situados no núcleo da rede (que reciben a maior parte dos beneficios acadados polo patrón), en tanto que os situados na periferia teñen que se contentar coas migallas da tarta clientelar. En suma, na nosa análise as redes clientelares aparecen como instrumentos de dominio a disposición das elites políticas e como medios de control social[12].

## OS ALICERCES DO CONTROL CLIENTELAR

A investigación empírica confirma en gran medida a análise teórica. Se tomamos como modelo a estructura clientelar que encabeza o vilalbés conde de Pallares no Lugo da segunda metade do século XIX (centrada, basicamente, no distrito de Mondoñedo e na circunscrición lucense que inclúe desde 1878 ós antigos distritos de Lugo, Vilalba e Sarria), podemos comprobar esta afirmación. O primeiro elemento a salientar é que as redes

10. Sobre o tema das redes sociais e dos estudios do *network analysis*, vid. Piselli, F. (a cura di), *Reti. L'analisi di network nelle scienze sociali.* Donzelli, Roma, 1995; "Famiglia e networks sociali. Tradizioni di studio a confronto", en *Meridiana* 20, 1994, pp. 46-92; Knoke, D. *Political Networks: The Structural Perspective.* CUP, Cambridge, 1990; Gribaudi, G. "La metafora della rete. Individuo e contesto sociale", en *Meridiana* 15, 1992, pp. 91-108; Pro Ruiz, J. "Las élites de la España liberal: clases y redes en la definición del espacio social (1808-1931)", en *Historia Social* 21, 1995, pp. 47-69.

11. Máiz, R. "Estructura y acción...", *op. cit.*, pp. 201, 207; Moreno Luzón, J. "Teoría del clientelismo...", en *op. cit.*, p. 196. Como di G. Therborn (*¿Cómo domina la clase dominante?.* Siglo XXI, Madrid, 1979), o cliente queda illado da súa propia clase (p. 229).

12. Cruz Artacho, S. *Caciques y campesinos. Poder político, modernización agraria y conflictividad rural en Granada, 1890-1923.* Ediciones Libertarias-Ayuntamiento de Córdoba, Madrid, 1994, pp. 31-32; Cobo Romero, F. *(et al.),* "El poder municipal como fuente de privilegio social", en Actas da *VI reunión del Seminario de Historia Agraria,* Cabezón de la Sal (Cantabria), 1-3 de decembro de 1993 (artigo mecanografado); Forcadell Álvarez, C. "De la Revolución democrática a la Restauración: El horizonte de una historia social", en Morales Moya, A. & Esteban de Vega, M. (eds.), *La historia contemporánea en España.* Universidad, Salamanca, 1996, pp. 115-17; Littlewood, P. "Campesinos, producción y patronazgo: un marco alternativo para analizar la relación 'patrón-cliente' en las sociedades campesinas mediterráneas", en *Agricultura y Sociedad* 13, 1979, pp. 113-77.

aparecen como *constructos* do patrón, como froito da súa vitalidade; xa que logo, non son realidades que veñan xa dadas senón que se van creando no decorrer do tempo a partir dun activismo central. Este elemento dota á creación de clientelas dunha compoñente voluntarística que non se debe desprezar: non abonda con *poder* ser patrón senón que se precisa tamén o *querer*, a determinación de exercer unha acción de padroádego, circunstancia que axuda a explicar a existencia de patronos con arraigo e poder en determinados distritos e non noutros de condicións estructurais similares[13]. O caso do entramado clientelar que Pallares logra crear en Mondoñedo con ocasión das eleccións de 1863 é por varias razóns espectacular e mesmo extremo: en primeiro lugar, porque actúa en territorio *inimigo* ó non ser natural do distrito, unha condición sempre transcendente nas eleccións decimonónicas; ademais, e a pesar de que conta co apoio do goberno, ten que loitar contra unha das familias de máis arraigo na zona, os Pardo Montenegro (Ramón, o opositor do Conde, é deputado provincial por Mondoñedo, en tanto que seu pai, José María, aparece como deputado a Cortes por Vilalba logo de telo sido pola cidade do Masma entre 1851 e 1854); por último, e a consecuencia dunha serie de vacilacións, Pallares decide presentar a súa candidatura ás eleccións (a celebrar o 11 de setembro) moi a última hora. Xa que logo, todo conspiraba para que a intentona rematase nunha derrota, mais a posta en funcionamento dunha decidida estratexia clientelar (o *querer* mais o *poder*, que agora repasaremos nos seus compoñentes concretos) serviralle para saír victorioso da loita.

O primeiro paso do Conde é poñerse en contacto epistolar cos notables da cidade episcopal. As cartas que envía son un perfecto mostrario dos intereses que se ventilaban nos procesos electorais. Nelas limítase a presentarse, declara a súa disposición a traballar por Galicia e o seu ministerialismo, pide o voto do seu interlocutor (e o das súas *influencias*) e remata amosando a súa plena disposición para xestionar calquera asunto no que o receptor da misiva estea interesado. En suma, nin un só contido ideolóxico nin programático (agás a mención ó seu carácter de deputado oficial, sempre importante á hora de gañar vontades[14]): no canto de ideoloxía (cando menos explícita) Pallares ofrece a súa intermediación si-

13. Moreno Luzón, J. "Romanones: conquistador de clientelas, gran señor", en *Historia Contemporánea* 13-14, 1996, p. 283; Boissevain, J. "Manipolatori sociali: mediatori come imprenditori", en Piselli, F. (a cura di). *Reti. L'analisi...* op. cit., p. 257; Fontana, S. e Subacchi, P. "Il mutamento guidato. Associazioni, comitati elettorali e formazione delle candidature a Piacenza negli anni sessanta dell'Ottocento", en *Quaderni storici* 77, 1991, pp. 503.

14. A importancia do ministerialismo nunhas eleccións como as do Estado liberal español, fortemente intervidas polo executivo, é unha realidade recoñecida de xeito unánime: Tusell, J. *Oligarquía y Caciquismo en Andalucía (1890-1923).* Planeta, Barcelona, 1976; Caballero, M. *El sufragio censitario. Elecciones generales en Soria durante el reinado de Isabel II.* Junta de Castilla y León, Ávila, 1994; Aguilar Gavilán, E. *Vida política y procesos electorales en la Córdoba isabelina (1834-1868).* Publicaciones del Monte de Piedad y Cajas de Ahorro, Córdoba, 1991.

tuándose no papel de *broker* a fin de transmitir ó centro do sistema as esixencias do cliente e arrincar da Administración a maior cantidade posible de prebendas. É a práctica do favor por favor (o voto a cambio de servicios varios), o mecanismo clientelar por excelencia, alicerce fundamental dunha concepción da política (case dunha mentalidade social) afastada dos moldes ideolóxicos e partidistas e que se centra na busca do poder como medio de acadar beneficios particulares[15].

A carón do seu ofrecemento como mediador (que terá unha plasmación práctica nas xestións madrileñas en ministerios, secretarías e direccións xerais na busca de empregos, recomendacións e traslados en beneficio dos seus protexidos mindonienses, que aquí só podemos mencionar de pasada polas limitacións do espacio), un segundo mecanismo empregado na construcción das fidelidades clientelares é o referido ó parentesco e ás relacións de familia, un *capital social* recibido como aportación dos devanceiros (a *herdanza inmaterial* de que fala G. Levi) que resulta especialmente importante nas redes de relación establecidas entre as familias de notables, e que aquí se activa en base a un obxectivo político-electoral moi claro[16]. En concreto, Pallares diríxese ó vilalbés Andrés Silva, ó coruñés Luís de la Riva (tío da súa muller), a J. María Sanjurjo (de Outeiro de Rei) e ó mindoniense E. Silva y Villaronte, todos parentes seus en diversos graos e todos con contactos no distrito mindoniense que sitúan de inmediato no seu favor, contactos a miúdo unidos entre si tamén por engarces familiares o que non fai senón ratificar a importancia deste compoñente na delimitación dos apoios clientelares[17]. Se do que é

15. Sierra Alonso, M. "Clientes, caciques y...", en *op. cit.*, p. 387; Pérez Arribas, E. *Polítics i Cacics a Castelló (1876-1901).* Edicions Alfons el Magnànim, Valencia, 1988, pp. 37, 40; Moreno Luzón, J. "Sobre críticas, conceptos y cambios. A vueltas con el caciquismo de la Restauración española (1875-1923)", en Alvarado, J. (coord.). *Poder, economía, clientelismo.* Op. cit., p. 289; Zurita, R. "La natura del potere politico nella Spagna della Restaurazione (1875-1902): un bilancio storiografico", en *Quaderni storici* 87, 1994, p. 823; Musella, L. *Individui, amici, clienti. Relazioni personali e circuiti politici in Italia meridionale tra otto e novecento.* Il Mulino, Boloña, 1994, p. 72. Como lle confesa Pallares a F. Lamas (20-VIII-1863: AHPL, CP, leg. 18 bis): "Es indudable que no ese distrito sino casi todos, exigen de su representante antes menos que principios políticos servicios a la localidad".

16. McDonogh, G. W. *Las buenas familias de Barcelona. Historia social de poder en la era industrial.* Omega, Barcelona, 1989; Peña Guerrero, Mª A. *El sistema caciquil en la provincia de Huelva: clase política y partidos (1898-1923).* Ayuntamiento-Ediciones de la Posada, Córdoba, 1993, pp. 87-88; Carasa Soto, P. e Díez Cano, L. S. "La elite parlamentaria salmantina de la Restauración", en *Studia histórica. Historia contemporánea* 13-14 (1995-96): 45; Sierra Alonso, M. *"La política del pacto". El sistema de la Restauración a través del partido conservador sevillano (1874-1923).* Diputación, Sevilla, 1996, p. 51; Hidalgo Marín, I. S. "La familia Gamazo: elite castellana de la Restauración (1876-1923)", en *Investigaciones Históricas* 15, 1995, pp. 109-110; Wolf, E. C. "Relaciones de parentesco, de amistad y de patronazgo en las sociedades complejas", en Banton, M. (comp.), *Antropología social de las sociedades complejas.* Alianza, Madrid, 1990, p. 27; Pérez Picazo, Mª T. e Lemeunier, G. "Forme di potere locale nella Spagna moderna e contemporanea: dalle fazioni al cacichismo nel regno di Murcia (secoli XVI-XIX)", en *Cheiron* 5, 1986, p. 125.

17. As cartas nas que Pallares solicita o apoio destes seus parentes, no AHPL, CP, legs. 9, 10 e 18 bis.

este caso concreto ampliamos o marco da análise e nos achegamos á clientela pallaresca ubicada na circunscrición lucense, a transcendencia do elemento familia non fai senón incrementarse: dous fillos seus (Germán e Nicolás Vázquez de Parga) serán varias veces deputados ó Congreso por Lugo; seu sobriño Pastor Maseda Vázquez de Parga exercerá como o titular por excelencia da Deputación nos últimos decenios do século XIX; o seu xenro, S. Basanta Olano, será alcalde de Vilalba e deputado provincial; seus sobriños Vázquez de Parga actuarán como axentes electorais seus na zona de Begonte...

Acompañando a esta estratexia familiar, e como unha terceira vía empregada na captación de clientes, sitúanse as relacións de amizade ou o recurso a coñecidos que ben se poden gozar como parte das relacións sociais recibidas vía familiar ou como procedentes da propia actividade vital do patrón. Así é como logra o conde de Pallares que a familia viveirense dos Rebellón (unida a el *"como si fuese de la familia"* [18]) faga propaganda no seu favor entre os seus dependentes da cidade do Masma, como acada o respaldo de F. Álvarez Villamil (residente na Coruña pero con influencia en Mondoñedo) ou como sitúa ós mindonienses J. de Parga e F. Lago (coñecidos desde anos atrás) entre os seus axentes electorais[19]. Se de novo nos trasladamos á clientela do Conde na área vilalbesa e de Lugo capital, os exemplos respecto de individuos que forman parte dela mantendo con Pallares estreitos vínculos de amizade poderían multiplicarse: R. Pardo Montero en Trasparga, as familias dos Olano, os Basanta ou os Silveiro en Vilalba, M. Freire Calviño en Cospeito, os Pardo Domínguez en Lugo e Outeiro de Rei, o coñecido avogado J. Mª Castro Bolaño, A. Camba ou A. de Medina na cidade das murallas..., coñecidos todos que deixan constancia da intimidade do trato que manteñen co Conde encabezando as súas cartas con expresións como *"Querido Manolo"*, *"Querido Conde"* ou *"Mi querido Pallares"*[20]. En resumo, e a partir destes últimos factores relativos a consideracións familiares e de amizade (ós que se poderían engadir outros como a veciñanza ou as solidaridades de clase), é claro o posto central que na enumeración das compoñentes dunha política clientelar ocupan as relacións sociais que cada patrón é quen de organizar no seu derredor e de traducir en explícito apoio político-electoral, e que podemos definir como recursos de carácter informal en tanto que non estructurados en base a regras públicas (forte compoñente de privacidade) e expresamente formalizadas[21]. Ó tempo, queda clara a escasa autonomía e o reducido campo propio de que dispón o ámbito da política, por com-

18. Carta de B. Rebellón a J. Corredoira (31-I-1862): AHPL, CP, leg. 10.

19. As correspondencias entre estes individuos e Pallares, no AHPL, CP, legs. 9 e 18 bis.

20. Exemplos abondosos poden atoparse no AHPL, CP, legs. 10 e 11.

21. Montesino González, A. "La comunidad imaginada: "etnicidad", "sociedad tradicional" y actual invención de la tradición en Cantabria", en Montesino González, A. (ed.), *Estudios sobre la sociedad tradicional cántabra. Continuidades, cambios y procesos adap-*

pleto dependente de factores situados alén del e situados no seo das múltiples interconexións que se establecen dentro da estructura social[22].

Práctica do mecanismo do favor, recurso á familia e ás redes de parentes, traducción política dos contactos sociais (de amizade, veciñanza), aparecen como eidos privilexiados na construcción das fidelidades políticas e na conformación das redes de clientela, mais non son os únicos. De modo xeral, e gardando unha conexión directa co proceso de institucionalización do Estado liberal decimonónico, preséntanse case sempre acompañados por unha compoñente política que emana da progresiva centralización administrativa desta estructura estatal en formación, e que determina a existencia dun novo actor de poder a ter en conta. Deste xeito, o control da Administración pública e o acceso privativo e discriminado ós recursos que se sitúan baixo da súa xestión toma cada vez maior importancia como elemento transcendente á hora de gañar novos clientes, combinando con habelencia as ameazas de cesantía ou traslado coas recompensas en forma de postos de traballo[23]. En todas cantas ocasións o conde de Pallares goza en Madrid dun executivo afín emprega este recurso de poder como un medio máis de manter e acadar adhesións á súa persoa: en 1863 co reparto (entre outros) de postos de traballo relacionados coa administración de Correos e logo da Restauración, na súa calidade de primeiro alfonsista da provincia, con nomeamentos que implican a todas as dependencias administrativas (desde porteiros de edificios públicos ata delegados provinciais dos diferentes ministerios, pasando por xuíces e fiscais municipais)[24]. O resultado destas prácticas, como resulta lóxico, é unha

*tativos*. Universidad de Cantabria-Asamblea Regional de Cantabria, Santander, 1995, pp. 42-46; Cristóbal Martín, A. "Amistad, parentesco y patronazgo: redes vinculares y servidores inquisitoriales en el Tribunal de Logroño (siglo XVIII)", en *Historia social* 17, 1993, pp. 21-31; Carasa Soto, P. "Élites castellanas de...", en *op. cit.*, pp. 168, 189; Montón, F. J. "La creación de un cacicazgo: el primer marqués de Urquijo y su relación con Álava (1816-1889)", en *Historia Contemporánea* 10, 1993, p. 184; Villa Arranz, J. "La base social del poder de una elite en el primer tercio del siglo XX", en *Investigaciones Históricas* 15, 1995, pp. 19, 35; Musella, L. "Relazioni, clientele, gruppi e partiti nel controllo e nell'organizzazione della partecipazione politica (1860-1914)", en P. Macry e P. Villani (a cura di), *Storia d'Italia. Le regioni dall'Unità a oggi. La Campania*. Einaudi, Turín, 1990, pp. 733-90.

22. Sapelli, G. "Lo Stato italiano come 'imprenditore politico'", en *Storia contemporanea* 2, 1990, p. 261.

23. Romero Maura, J. "El caciquismo: tentativa de conceptualización", en *Revista de Occidente* 127, 1973, p. 29; Varela Ortega, J. *Los amigos políticos. Partidos, elecciones y caciquismo en la Restauración (1875-1900)*. Alianza, Madrid, 1977, p. 366; Zurita Aldeguer, R. *Notables, políticos y clientes. La política conservadora en Alicante. 1875-1898*. Generalitat Valenciana-Instituto de Cultura "Juan Gil-Albert", Alacante, 1996, p. 73; Y. Pourcher, "L'opposition de l'Administration et du clergé. Préfecture et évêché en Lozère au XIXe siècle", en *Études rurales* 101-102, 1986, pp. 179-186; Fagiani, F. "La struttura del sistema politico italiano alla fine del secolo XIX", en *Storia contemporanea* 2, 1983, pp. 187-88, 192.

24. "Extracto de las novedades que se hacen en el distrito de Mondoñedo, en el nuevo arreglo de Correos. 17 de Setiembre de 1863", en AHPL, CP, leg. 9. Exemplos abondosos da mediación de Pallares na definición da Administración provincial (Deputación, concellos, xulgados, funcionarios en xeral) logo de 1875 poden verse no AHPL, CP, legs. 11, 12 e 13.

burocracia preñada de fidelidades persoais e afastada de toda función de servicio público, ademais de corrupta e ineficaz[25].

Pero alén dos factores de raigame social-familiar e político-administrativa, e acompañando á práctica do favor, a praxe clientelar conta cun cuarto elemento básico de gran transcendencia vencellado ás realidades de dependencia económica, sen dúbida o aspecto máis problemático á hora da súa integración dentro da análise que estamos a facer. Son varios os autores que destacan a importancia que na concreción do apoio político teñen os vínculos de submisión que se establecen entre actores situados en diferentes niveis económicos, sexan propietarios e colonos, prestamistas e acredores ou empresarios e proletarios, e que presentan o clientelismo como o resultado das relacións sociais de producción dominantes nunha estructura social dada[26]. O noso propio estudio empírico, e a pesar das dificultades para aportar probas positivas nas que a conexión entre o entramado de dominio económico e o activismo político-electoral supere o nivel da hipótese e se faga explícito polo carácter soterrado e non público deste tipo de prácticas, teima en situar as relacións económicas entre os condicionantes a considerar dentro dese mecanismo de dominación social que supón o clientelismo. Non obstante, cabe facer unha distinción básica en función da tipoloxía que

25. Riquer, B. de "Nacionalidades y regiones. Problemas y líneas de investigación en torno a la débil nacionalización española del siglo XIX", en Morales Moya, A. e Esteban de Vega, M. (eds.). *La historia contemporánea en España.* Universidade, Salamanca, 1996, pp. 78-79; "La faiblesse du processus de construction nationale en Espagne au XIXème. siècle", en *Revue d'histoire moderne et contemporaine* 41-42, 1994, pp. 357-58. Para unha comparación coa burocracia entendida como servicio público *vid.* Mann, M. *Las fuentes del...II...* Op. cit., pp. 579-581.

26. Cruz Artacho, S. *Caciques y campesinos...* Op. cit.; "Estructura y conflicto social en el caciquismo clásico. Caciques y campesinos en el mundo rural granadino (1890-1923)", en Robles Egea, A. (comp.). *Política en penumbra...* Op. cit., pp. 191-213; Alavi, H. *Las clases campesinas y las lealtades primordiales.* Anagrama, Barcelona, 1976; Ramos, Mª D. "El Estado-Padrino: Caciquismo y redes caciquiles en Andalucía Oriental durante la Restauración", en *Trocadero. Revista de Historia Moderna y Contemporánea* 5, 1993, pp. 44-46, 57; Yanini, A. *El caciquisme.* Institució "Alfons el Magnànim"-Diputació Provincial, Valencia, 1984; López Calvo, M. *Priego, caciquismo y resignación popular (1868-1923): aproximación a la historia de un pueblo andaluz durante la Restauración,* UNED, Córdoba, 1988, p. 175; Ruiz Pérez, R. e R. *Propiedad de la...* Op. cit.; Real Cuesta, J. *Partidos, elecciones y bloques de poder en el País Vasco, 1876-1923.* Universidad de Deusto, Bilbao, 1991, pp. 105, 140-42; Durán, J. A. *Crónicas I. Agitadores...* Op. cit., p. 248; Newby, H. e Sevilla-Guzmán, E. *Introducción a la sociología rural.* Alianza, Madrid, 1983, p. 53; Cobo Romero, F. (et al.), "El poder municipal...", en *op. cit.;* Jessenne, J-P. *Pouvoir au village et Révolution: Artois, 1760-1840,* PUL, Lille, 1987; Bussetti, F. "Ceti dirigenti a Narni nel XIX secolo", en *Proposte e ricerche* 37, 1996, p. 166; Franzina, E. "Le strutture elementari della clientela", en Camurri, R. (a cura di). *La Scienza moderata. Fedele Lampertico e l'Italia liberale.* Franco Angeli, Milán, 1992, pp. 396-97, 403; Hoppen, K. T. "Le élites e l'influenza elettorale in Irlanda, 1800-1918", en *Quaderni storici* 69, 1988, pp. 791-97; "Landlords, Society and Electoral Politics in Mid-Nineteenth-Century Ireland", en *Past and Present* 75, 1977, pp. 62-93; Lévi-Strauss, L. "Pouvoir municipal et parenté dans un village bourguignon", *Annales ESC* 1, 1975, pp. 149-159; O'Gorman, F. "Electoral Deference in "Unreformed" England: 1760-1832", en *The Journal of Modern History* 56, 1984, pp. 392, 402, 404.

en cada momento presentan os integrantes do xogo político: en situacións de Sufraxio Censitario, cun electorado reducido á mínima expresión e definido polo seu elevado nivel de renda, as situacións de control baseadas nas diferencias económicas son menos transcendentes que en épocas de Sufraxio Universal, cun electorado ampliado, internamente moi heteroxéneo, no que a separación patrón-cliente é moito maior e onde hai que recorrer a todo tipo de medios que aseguren a reprodución das fidelidades políticas. As desigualdades económicas, polo seu carácter estructural dentro das sociedades, aparecen neste contexto como un fundamento inmellorable de dominación[27]. Así, e para a clientela pallaresca situada no Mondoñedo dos anos 60 do século XIX (Sufraxio Censitario), é difícil atopar situacións de subordinación económica entre individuos que comparten todos unha caracterización elitista en canto privilexiados do censo e da educación (*capacidades*), mais a diferenciación interna existente entre eles tamén propicia un emprego puntual do carácter de propietario ou da condición de prestamista á hora de guiar a dirección do voto[28]. Porén, se nos trasladamos ós anos do Sexenio (Sufraxio Universal Masculino) o emprego electoral das situacións de domino económico tórnase estructural e adquire un carácter absolutamente esencial, como demostran as numerosas cartas cruzadas entre o Conde e destacados perceptores de rendas (ou os seus administradores) nas que o primeiro reclama o voto favorable dos seus respectivos caseiros[29]. Aquí o engarce entre as relacións de pro-

27. Enténdase ben o argumento: evidentemente, nas etapas de sufraxio restrinxido o dominio político sobre do 90 ou 95 por cento da poboación non precisa sequera do recurso a fórmulas clientelares e de padroádego, simplemente porque esa inmensa maioría está excluída por lei de toda participación en función dos criterios económicos fixados para ter acceso ó voto, co que a transcendencia do factor economía non pode ser maior. Xa que logo, a distinción que fago entre Sufraxio Censitario e Universal (no que se refire á incidencia deste factor) ten un obxectivo simplemente analítico en canto útil para o estudio de contextos legal e xuridicamente diferentes.

28. F. Lago a Pallares (26-VIII-1863): alude ós caseiros electores de Varela Luaces como votos certos; *idem* (30-VIII-1863): que considere seguro o voto dun caseiro seu; A. Cora a Pallares (1-IX-1863): en Lourenzá, Pardo Montenegro dispón do apoio de catro caseiros; A Boan a F. Álvarez Villamil (4-IX-1863): Pardo Montenegro conta con caseiros que o votarán; A. Boan a Pallares (25-IX-1863): o médico viveirense J. Mª Puente vén de *"invertir bruscamente como amo al elector José López Tiagones [...] para que votara con el Sr. Pardo"*; E. Silva y Villaronte a Pallares (10-X-1863): en Lourenzá, tres electores recibiron *"cartas de los amos"* esixíndolles o voto... Todas as correspondencias no AHPL, CP, leg. 18 bis. O carácter cativo do voto de perceptores de préstamos queda claro na misiva que V. del Seijo dirixe a Pallares (5-III-1864, *ibidem*, leg. 10): pode dispor dunha importante cantidade de votos, "los unos por aficciones de parentesco y amistad y los otros por deferencia y gratitud, pues tengo en manos de ellos unos dos mil duros próximamente sin el menor interés".

29. Expresións *como "Hoy como día de feria di orden a todos mis caseros y amigos para que en la próxima elección de diputado, voten al Sr. Conde de Pallares"* (A. Silva a Pallares, 5-III-1871), "Guevara supongo tenga ya dado orden a los caseros del partido" (A. Requeijo a Pallares, 4-III-1871) ou *"Respecto a los* (caseros) *de Otero de Rey, cuenta con todos"* (J. Pardo a Pallares, 3-II-1872) repítense adoito nestes anos. As correspondencias no AHPL, CP, legs. 10 e 11.

ducción dominantes no agro (coas subordinacións que establecen entre propietario-colono) e as estratexias de dominación política é máis que evidente e convértese nun trazo estructural que a análise ten por forza que incorporar. En resumo, e como conclusión ó epígrafe, habería que salientar o carácter interrelacionado e complexo que presentan as fontes de poder que se atopan na base do control clientelar, onde o capital social (amizades, coñecidos, relacións), as solidariedades familiares, os mecanismos de presión político-administrativos e a manifestación electoral da subordinación económica xogan papeis clave e complementarios entre si, aínda que tamén contando cada unha con significantes propios que o estudio concreto debe de tentar situar no seu nivel de importancia correspondente[30].

## DEFINICIÓN SOCIOECONÓMICA DAS CLIENTELAS: A CARACTERIZACIÓN DO "NÚCLEO"

Caracterizar polo miúdo os compoñentes dunha rede clientelar é case imposible. O feito de non presentárense como grupos pechados e definidos senón abertos e difusos, sen fronteiras claras e sen unha normativa pública que funcione como criterio de adscrición (como si ocorre cos partidos), dificulta a identificación dos seus membros, en tanto que a súa plasmación política en forma de faccións segmentais e interclasistas permite apousentar no seu interior individuos de moi diferente condición e dunha grande heteroxeneidade. Para salvar estas eivas, podemos recorrer a unha *argucia* metodolóxica consistente en tomar en consideración só os integrantes do *núcleo* da rede, os membros situados a carón do patrón e que á súa vez son titulares de microclientelas[31]. Se facemos isto, e tendo como universo de análise a clientela estructurada arredor do conde de Pa-

30. Mann, M. *Las fuentes del...* Op. cit., volumes I e II; Sánchez León, P. "Otra vuelta de tuerca para la sociología y la historia: Michael Mann y sus fuentes de poder social", en *Historia social* 26, 1996, pp. 113-27; Barragán Moriana, A. "Caciquismo y sistema político durante la Restauración en Andalucía Occidental: estado de la cuestión y líneas de investigación", en *Trocadero. Revista de Historia Moderna y Contemporánea* 5, 1993, p. 27; Peñarrubia i Marquès, I. "'Caciquisme' e democratizzazione a Maiorca", *Spagna contemporanea* 6, 1996, pp. 7, 17; Montesino González, A. "La comunidad imaginada...", *op. cit.*, p. 43; Peña Guerrero, Mª A. *El sistema caciquil...* Op. cit.; Carasa Soto, P. (et al.). "Castilla en las Cortes de la Restauración. Poder político y dominio social de la oligarquía vallisoletana, 1876-1903", en AA.VV. *Las Cortes de Castilla y León, 1188-1988, v. II.* Cortes de Castilla y León, Valladolid, 1990, p. 457; Carasa Soto, P. "Élites castellanas de...", *op. cit.*; Tusell, J. "El sufragio universal en España (1891-1936): un balance historiográfico", en *Ayer* 3, 1991, p. 23; Robles Egea, A. "Introducción", en A. Robles Egea (comp.). *Política en penumbra...* Op. cit., pp. 3-6; Suau, J. "Qui man? Com?...", *op. cit.*; Almeida, P. T. de. *Eleições e caciquismo no Portugal oitocentista (1868-1890).* DIFEL, Lisboa, 1991.

31. Identificables por manter unha vizosa correspondencia co líder da clientela, o conde de Pallares, e tamén por aparecer como os xestionadores que intermedian as peticións procedentes da periferia da rede clientelar.

llares, atopámonos cun colectivo que podemos definir a partir dunha característica común: trátase dunha agrupación dotada de *poder*, de capacidade para interferir nas decisións de terceiros e de guiar a súa actuación político-electoral. Deste xeito, o poder económico na figura dos maiores e medianos contribuíntes (con preferencia titulares de rendas e administradores de propietarios absentistas), o poder social exemplificado en avogados, médicos, farmacéuticos e cregos (titulares de funcións altamente valoradas polo conxunto da sociedade) e o poder político de deputados provinciais, alcaldes, concelleiros, secretarios, xuíces, fiscais municipais e funcionarios en xeral (con posibilidades evidentes para interferir na vida cotiá da comunidade), danse cita como os trazos estructurais dunha clientela (do seu núcleo) de conformación claramente elitista e integrada por notables de arraigada presencia nos espacios locais que a miúdo mesmo arrexuntan na súa figura varias das características de poder reseñadas[32]. Dar o salto da cerna da pirámide e achegarnos á identificación dos integrantes da súa base é sumamente difícil (pola carencia de fontes axeitadas) ademais de arriscado por movernos nun terreo do que a penas dispoñemos de información. Non obstante isto, e simplemente co carácter de hipótese a comprobar, pódese aventurar que nos casos de clientes que reclaman por carta empregos e colocacións na Administración (unha gran maioría das peticións que se reciben vía correspondencia responden a esta tipoloxía), trátase de individuos alfabetos, que son quen de trasmitir por escrito as súas demandas e cun nivel de formación que lles permite aspirar a este tipo de funcións. É dicir, unha minoría (¿clases medias urbanas?, ¿pequena burguesía?, ¿elementos mesocráticos?) que se distancia con claridade da maioritaria definición labrega do conxunto da poboación. Evidentemente, tamén xentes de extracción máis popular e en principio sen formación específica (desde labregos ata aspirantes a postos que non esixen ningún tipo de cualificación, caso de peóns camiñeiros, estanqueiros ou porteiros de edificios públicos) deberían de considerarse como sumandos dentro da base da pirámide, mais o que sabemos desta periferia é aínda moi pouco como para aventurarnos alén do simple eido das hipóteses. Iso si, non creo que poida considerarse o clientelismo como un sistema extensivo que recolle nas súas estructuras a maioría da poboación, e isto por dúas razóns: a) porque por natureza a relación clientelar está baseada na discriminación e o favoritismo, o que xa de partida exclúe uns

32. A caracterización deste corpo central de individuos fíxose acudindo ás cartas que intercambian con Pallares, á consulta das Actas da Deputación e do *BOP de Lugo*, ó repaso dos listados de maiores contribuíntes que aparecen puntualmente recollidos nesta última publicación, ó estudio dos censos electorais, de poboación e de padróns, á consulta das Actas dos concellos de Mondoñedo e Vilalba e á busca nos Repartementos da Contribución Territorial, ademais de aproveitar calquera outra fonte (xornalística, literaria, notarial, procedente da documentación producida pola práctica desamortizadora) que puidese aportar datos de interese. Para unha definición máis polo miúdo, permítome remitir á miña Tese de doutoramento, *O conde de...*, op. cit.

beneficios xeneralizables ó conxunto da colectividade[33] (¿onde estarían entón os prexudicados e desfavorecidos que fan ós clientes sentirse como privilexiados e protexidos?), e b) porque o estudio empírico demostra que a integración nas redes de padroádego se fai atendendo a uns determinados criterios de selección (non legalmente definidos, pero si moi operativos na práctica), polo que todo aspirante debe de ser quen de aportar algo ó patrón do que reclama servicios e favores[34].

## ALGUNHAS REFLEXIÓNS FINAIS

Xa para rematar, gustaríame suxerir unha serie de apuntes finais que a dispoñibilidade de espacio só permite presentar de xeito esquemático e que coido resultan de grande interese para seguir afondando no complexo tema das relacións clientelares. Un primeiro, que desexo transmitir con toda a carga de polémica que pode levar implícita, resúmese a partir dunha interrogante: ¿clientelismo ou explotación? A cuestión, evidentemente, obriga a dilucidar aspectos como o grao de coacción que implican as realidades de padroádego ou o nivel de obrigación que pesa sobre un potencial cliente á hora de decidir integrarse ou non nunha rede clientelar (noutras palabras, as posibilidades reais que ten para tomar unha decisión de xeito independente e non condicionada por terceiros ou por presións bastardas). Expresado con maior rotundidade: ¿o caseiro do conde de Pallares en Boizán, o seu foreiro de Muxa ou o seu arrendatario de Goiriz tiña algunha alternativa viable que non fose atender as esixencias electorais do *amo*? E aínda máis transcendente: ¿obtiña algún beneficio visible por este apoio político? (lembremos: clientelismo como *intercambio mutuamente beneficioso de bens e servi-*

33. Garrido Martín, A. "Clientelismo y localismo en la vida política de Cantabria, 1875-1931", en Montesino González, A. (ed.) *Estudios sobre la...* Op. cit., p. 250; Weingrod, A. "Patronazgo y poder", en E. Gellner (ed.). *Patronos y clientes.* Op. cit., p. 70; Martínez Alier, J. "Patrons i clients", en *Recerques* 9, 1979, p. 157; Littlewood, P. "Campesinos, producción y...", *op. cit.*, p. 175.

34. Os propios aspirantes a clientes son conscientes disto e non dubidan en presentar as súas credenciais cando se achegan ó *patrón-broker* de turno na busca de amparo: A. Rodríguez a Pallares (4-I-1881: AHPL, CP, leg. 17): autodefínese como útil "para servir a los amigos en elecciones siendo como soy, aunque pobre, elector para Diputados a Cortes y conocer la mayor parte de los que también lo son de las aldeas contiguas"; A. Camba a Pallares (28-V-1878: *ibidem*, leg. 15): recomenda un suxeito por tratarse dun "hombre que tenemos siempre a nuestro lado para cuanto se necesite". De feito, eran os axentes electorais do patrón espallados polas aldeas os que xa en orixe determinaban qué solicitudes chegarían ata o líder da facción, facendo así unha selección previa: J. de Parga a Pallares (12-VI-1875: AHPL, CP, leg. 13): non recomenda unha solicitude porque sería "sembrar en terreno estéril", mentres que si apoia outra por proceder dun que "por sus muchas relaciones e intereses cuenta con muy buena clientela, que pudiera servir en ciertas y determinadas ocasiones"; A Olano a Pallares (6-VII-1875: *ibidem*): sería bo se atendese a petición dun notario vilalbés porque "nos conviene mucho para la política por la influencia que en estos pueblos pequeños suelen adquirir los escribanos".

*cios de diferente calidade*). A cuestión non é doada de dilucidar, pero quizais fose de utilidade volver a esa división, un tanto esquemática e simplista pero útil analiticamente, que presenta a rede clientelar estructurada en base a un núcleo central e a unha periferia: os compoñentes do núcleo, en canto elementos social e politicamente similares en condicións ó patrón (en gran medida notables locais, maiores e medianos contribuíntes e ben integrados nos órganos de poder provinciais e municipais), están en disposición de manter con el unha relación, senón igualitaria, si establecida en función de bases dabondo equitativas, polo que é factible un intercambio clientelar de proveito para ambas as dúas partes (trátase ademais de clientes que carecen de necesidades críticas e vitais, co que poden manter unha elevada independencia respecto do líder); pola contra, os actores situados na periferia manteñen co patrón principal (e cos subpatronos intermediarios cos que tratan) unha conexión que, tanto en termos políticos como socioeconómicos, se presenta como moi desigual tendo, xa que logo, escasa capacidade de presión para lograr obter un beneficio real da mesma. Estes integrantes da base da pirámide a penas se contan cun espacio de independencia que situar entre eles e os seus respectivos patronos, co que o grao de coacción e de obrigatoriedade da relación medra ata case superar os límites do padroádego e achegarse á simple dominación. A propia abundancia de clientes non fai senón diminuír a importancia individual de cada un, polo que na maioría dos casos terían que se conformar co reparto das migallas dunha tarta clientelar xa ben aproveitada polos membros do cumio da pirámide[35]. Non obstante isto, é probable que considerasen a concesión do voto un medio relativamente barato co que compensar estas migallas (consistentes a miúdo en que os deixen simplemente continuar co seu traballo) ou que mesmo a entendesen como unha mostra natural de deferencia cara ó amo, mais non é menos certo que nunha análise histórica coma esta a valoración que debemos facer de tal concesión non ten nada de barata: significaba pechar calquera camiño legal (pola vía electoral) que puidese no futuro xerar un cambio superador da actual situación de dependencia e subordinación. Só a mobilización agrarista e a politización da II República aportará o contexto preciso para acadar unha máis axustada valoración da forza do voto.

Pero entrementres isto non se deu, o clientelismo seguiu a funcionar como un mecanismo de dominación clasista e de control das poboa-

35. Mesmo no seo desta periferia da rede habería que diferenciar situacións: non son en absoluto equivalentes as posicións dun cliente dotado de certa formación que accede a un posto burocrático calquera (aínda que sexa exposto ó permanente perigo dunha cesantía), e a dun foreiro ó que o administrador de turno ordena votar por determinado candidato sen compensación ningunha visible. O esquema aínda se pode complexizar máis introducindo nel os excluídos das clientelas, que nin a posibilidade tiñan de participar no reparto dos refugallos.

cións, aproveitando de xeito claro a unhas elites que vían nel o mellor dos medios para continuar a usufructuar os beneficios derivados dunha xestión dos recursos estatais privatística, parcial, escura, personalista, discriminatoria e baseada no favoritismo, xerando deste xeito unha sociedade politicamente apática, imbuída nunha xeral cultura da desconfianza, cunha actividade política por completo dependente de relacións sociais particularistas e receosa diante dos valores do mérito e da valía profesionais como mecanismos de promoción social (substituídos pola recomendación e o enchufismo). Unha dictadura prolongada por corenta anos e preñada deste tipo de comportamentos fai que aínda hoxe a súa superación sexa unha laboura pendente. En conclusión, e fronte de certas teorías de raigame funcionalista que entenden as prácticas clientelares como unha fórmula de transición cara a modos e maneiras máis democráticos, considero que deben de comprenderse como un esquema de dominación beneficioso só para determinados colectivos elitistas (situados tanto no centro como na periferia, nos espacios locais) que, retraéndose no pasado ata prácticas propias do Antigo Réxime, buscan proxectalo no futuro mantendo a colectividade nunha permanente minoría de idade política.

X. R. V. A.