

Artículos / Articles

# ¿Qué hace falta para superar el clientelismo político? La crisis del clientelismo en Galicia (España) *What is Missing to Overcome Political Clientelism? The Clientelism crisis in Galicia (Spain)*

José Manuel Pantín Morado   
Universidad de Santiago de Compostela, España  
[jose.pantin@usc.es](mailto:jose.pantin@usc.es)

Recibido / Received: 20/06/2019  
Aceptado / Accepted: 25/01/2020



## RESUMEN

Este artículo trata de identificar las condiciones que producen la crisis en los partidos clientelares y explicar los mecanismos causales de su deterioro. El material empírico original está desarrollado en Galicia (España) y consiste en estudios de caso sobre clientelismo político en la arena municipal, en una Diputación provincial, y en un caso de revuelta contra el cacique local. El artículo utiliza el análisis de mecanismos, rastreo de procesos y comparación de pocos casos. Cada uno de los estudios de caso describe un distrito electoral liderado por un patrón que coordina una red clientelar, distribuye favores a sus votantes, tiene grandes influencias en la máquina de partido y gana las elecciones.

**Palabras clave:** clientelismo, acción colectiva, partidos políticos, redes clientelares, Galicia.

## ABSTRACT

This paper tries to identify the conditions that produce the crisis in clientelist parties and explain the causal mechanisms of their deterioration. The original empirical material is developed in Galicia (Spain) and consists of case studies about political clientelism in a municipal arena, in a provincial council, and in a case of revolt against the local cacique. The paper uses an analysis of mechanisms, process tracking and small-N comparison. Each case study describes a electoral district led by a patron who coordinates a clientelist network, distributes favors to its voters, has large influences on the party machine and wins elections.

**Keywords:** clientelism; collective action; political parties; clientelistic networks; Galicia.

## INTRODUCCIÓN

El clientelismo consiste en intercambiar votos a cambio favores personales entre políticos y clientes (Kitschelt y Wilkinson, 2007), la vinculación produce un poder asimétrico porque el político está conectado con muchos clientes y el cliente con pocos políticos. Las redes clientelares acaban produciendo una estructura social jerárquica y una dependencia desigual formada por tres roles de actores: en la base están los clientes-votantes que piden favores sin garantías de recibirlos; conectados con *brokers*-intermediarios del partido clientelar, que actúan como agentes sobre el terreno para distribuir oferta y captar demanda de necesidades. En tercer lugar, los políticos-patronos proveen recursos y reciben apoyo político, en función de las expectativas que transmitan a sus clientes de devolver favor del voto mediante una gestión directa.

Así, el clientelismo puede ser entendido como un mecanismo de rendición de cuentas que prioriza recibir una atención personal, atender a una pequeña demanda o focalizar el gasto entre los votantes. El modelo opuesto es la rendición no particularista, propia de las sociedades pluralistas, abiertas e igualitarias, donde los ciudadanos defienden derechos, políticas públicas y preferencias basadas en una idea de bien colectiva (ideología), y no en una distribución personalista de los recursos a cambio del voto (Stokes et al., 2013). La rendición de cuentas clientelar también se diferencia del voto personal que recibe un líder por su valía, o con la vinculación con la marca y trayectoria de un partido (Kitschelt y Wilkinson, 2007).

La política focalizada y dirigida al individuo es el modelo contrario a la política pública, aquella que no requiere votar a un político concreto para ser recibida. Para facilitar la lectura, nos referiremos al conjunto de modelos alternativos del clientelismo como rendición de cuentas *no particularista* (NP).

Cuando están presentes muchas de las precondiciones que deterioran el clientelismo (desarrollo económico, auge de la clase media, urbanización o controles institucionales), la desactivación no es inmediata (Roniger y Günes-Ayata, 1994). Una explicación plausible es que la lógica clientelar encierra a los votantes en una decisión arraigada: el apoyo público al candidato clientelar abre la posibilidad de recibir recursos del clientelismo sin exclusión de las políticas públicas que puedan promover otros candidatos NP. En cambio, un votante que descuide los vínculos clientelares, no se beneficiará de los favores personales y recibirá igual que los clientes los beneficios de las políticas no dirigidas. Así, el votante depende de una coordinación electoral para extender el voto a las candidaturas NP, de lo contrario, la amistad con el político dispuesto a beneficiar de manera selectiva será la mejor estrategia (Geddes, 1994; Mâiz, 2011). Este dilema impide que las crisis del sistema clientelar lleguen a la vez que las transformaciones sociales y económicas que debilitan a las redes. Bajo este planteamiento, “si todos los individuos que forman parte de un grupo humano actúan de manera racional atendiendo a sus propios intereses, a la larga se puede acabar produciendo un problema colectivo que daña a todos los individuos” (Jiménez, 2014:162).

En suma, la evolución hacia una política NP (acuértese, *no particularista*) está supeditada a 1) la asimetría de poder entre actores dentro de una estructura social clientelar, fortalecida en contextos de falta de oportunidades; y a 2) los incentivos inherentes de la distribución de políticas focalizada que no excluye a los clientes de la distribución programática. Para responder a este enfoque, se formula como objeto de investigación a los procesos que desmotivan la estrategia del clientelismo político y lo sustituyen por una rendición de cuentas NP. Es decir, una competición política pluralista entre ofertas ideológicas diferenciadas, en base al programa, a la valía del candidato o la marca/historia del partido.

Con el objetivo de explicar los factores específicos, se analiza la estructura y contexto sociopolítico que deteriora el clientelismo en una serie de casos. Más específicamente, se tratará identificar algunos de los mecanismos necesarios para que la acción colectiva horizontal anti-clientelar puedan triunfar sobre las redes de cooperación vertical patrones-clientes.

El trabajo de campo en España está desarrollado en la Comunidad Autónoma de Galicia, lo cual, dadas las escasas investigaciones publicadas, es una novedad para la literatura. La segunda aportación es explorar el funcionamiento de los mecanismos y procesos que deteriora las redes, que abre marcos de oportunidad política, incentiva el voto NP y la reclamación de bienes colectivos.

El artículo está dividido en varias secciones, después de la introducción se presenta la literatura de referencia; se contextualiza el campo y formulan las hipótesis; seguido de la metodología, el análisis atiende a los mecanismos y procesos que debilitan a las redes clientelares en la muestra de casos –y su evolución histórica, que se contrastan en un modelo comparativo de pocos casos. Finalmente, se termina con unas breves conclusiones.

## El clientelismo en la literatura

El clientelismo político consiste en una relación de intercambio de votos por favores entre dos personas de estatus desigual (Scott, 1972). Patrones, *brokers* y clientes establecen vínculos de amistad instrumental, relaciones interpersonales diádicas (cara a cara), difusas y poco concretas que se producen bajo reglas de lealtad y confianza, donde los intercambios de votos por favores se producen sin garantías de que cada parte cumpla su cometido. La suma de diádas forma redes clientelares de estructura piramidal (Kitschelt y Wilkinson, 2007), con patrones muy conectados con muchos clientes, produce un sistema asimétrico de favores dentro de las instituciones, cuyo objeto consiste en acceder a los recursos (Eisenstadt y Roniger, 1984; Geddes, 1994; Della Porta y Mény, 1995).

La política personalista satisface de forma informal muchas de las funciones del mercado o la burocracia, un modo de ejercicio del poder por parte de un partido político, con líderes que utilizan las instituciones y los recursos públicos en una implementación dirigida y que terceros contraigan deudas con ellos (Graziano, 1984). La estructura social que parte de la diáda impide la agregación de demandas políticas universales y la organización de los intereses colectivos, en cambio, fomenta la competición entre clientes para acercarse al patrón (Gambetta, 1988; Roniger y Günes-Ayata, 1994), un sistema de dominación social semejante a las estructuras de la mafia y la criminalidad organizada (Caciagli, 1996).

El retorno de los favores mediante el voto está bajo la vigilancia de *brokers* (intermediarios entre patrones y clientes) que permiten la monitorización electoral (Kitschelt y Wilkinson, 2007), especialmente en circunscripciones/comunidades pequeñas controladas por los partidos de masas (Medina y Stokes, 2007), que actúan como partidos clientelares para dirigir con precisión los beneficios/sanciones de la política particularista, e incluso, para excluir de las políticas públicas a los ciudadanos no colaboracionistas en los intercambios. La proyección pública de ejemplos de monitorización fortalece la cultura política clientelar, sobervalorando la capacidad real de sanción y conocimiento individual, desincentivando a muchos votantes la acción colectiva y el voto programático anti-clientelar, fomentando el silencio y el guardar las formas (Bourdieu, 2007), que dificulta la competición en campaña contra partidos clientelares.

La institución clientelar o máquina política la define la literatura especializada como los partidos que cuentan con miembros poderosos en las instituciones, y poseen una estructura de implantación territorial para llegar a los votantes y distribuir favores (Merton,

1964; Graziano, 1984; Coleman, 1990; Roniger y Günes-Ayata, 1994). Este sistema constituye la plataforma logística para la rendición de cuentas clientelar, opuesta a la de los partidos programáticos, que ofrecen una ideología, proyecto político en base a políticas públicas.

Los códigos de la cultura clientelar no contemplan la justicia y el mérito para la movilidad social (Chubb, 1982; Gambetta, 1988), no así los contactos. Para que el voto programático produzca recompensas mayores que mantener en el poder a un político “amigo” dispuesto a ayudar personal y exclusivamente a sus votantes, se tienen que presentar distintas coyunturas: desprestigio del patrón, transformaciones socio-culturales, crecimiento económico y alternativas programáticas de prestigio (Eisenstadt y Lemarchand, 1981; Kitschelt, 2007; Stokes et al., 2013).

## Contexto, planteamiento e hipótesis

La movilización electoral con estrategias clientelares en España es baja en comparación con otros países del sur de Europa (Blakeley, 2001; Hopkin, 2001:133, Kopecký y Scherlis, 2008:367), pero tampoco está erradicada entre los grandes partidos, con líderes locales que controlan las redes clientelares (Heywood, 1996). En áreas rurales como el interior de Galicia el *caciquismo* ha sobrevivido hasta la democracia actual (Cinar, 2016:84), desde que la UCD “reclutó a individuos de prestigio y autoridad durante el régimen predemocrático para explotar la capacidad de movilización de sus redes” (Hopkin y Mastropaolo, 2001:162).

El bajo nivel de asociacionismo durante los primeros años de democracia<sup>1</sup> dificultó la solidaridad horizontal y la acción colectiva para que los individuos se defiendan del clientelismo en regiones españolas como Andalucía, Islas Canarias, Galicia y provincias de Castilla (Hopkin y Mastropaolo, 2001). La necesidad de crear partidos fuertes en un sistema de partidos estable monopolizó en los partidos la intermediación entre el sistema político y la sociedad, y entre grupos de interés y las instituciones en una sociedad civil débil después de casi 40 años de dictadura de Franco (Gómez y Verge, 2011:316).

El partido que conserva la base electoral clientelar de mayor magnitud de la Comunidad es el Partido Popular de Galicia (PPdG), donde esta estrategia de rendición de cuentas posee una singular relevancia en el medio rural (Pantín, 2019). Cabe destacar, que en otras Comunidades Autónomas (CC.AA.) españolas el rol lo ocupan otros partidos sin variaciones significativas en su lógica y funcionamiento (Corzo, 2002).

Los ayuntamientos y las diputaciones de las CC.AA. pluriprovinciales representan unos entes estrechamente asociados con el clientelismo, por su elección indirecta y su competencia sobre los municipios de menor población. La base local los partidos está en contacto con los votantes y extiende su influencia por las instituciones, lo cual permite combinar una oferta programática -para determinadas elecciones y electorado-, con una fuerte dependencia hacia sus redes locales para la movilización electoral (Heywood, 1996).

La literatura sobre clientelismo nos ha enseñado que el desarrollo económico, los diseños institucionales eficaces y determinados modelos de democracia debilitan la rendición de cuentas clientelar. Pero la desactivación no es inmediata. Cuando las funciones que le son propias al clientelismo -aproximar al Estado a los ciudadanos y que estos exploten el poder de su voto-, han quedado caducas: ¿Por qué la gente no coopera y sigue buscando el favor individual, si a menudo este es insignificante si lo comparamos con los beneficios de la política pública?

Parece que estamos ante un dilema del votante y un problema de acción colectiva (Máiz, 2011), bloqueado por la baja confianza en la cooperación horizontal (Graziano, 1974; Gambetta, 1988), donde ni políticos ni beneficiarios tienen incentivos o herramientas para cambiar del *status quo* sin que alguna parte salga perjudicada, así “solamente cuando en

<sup>1</sup> Desde 1977 hasta -aproximadamente- 1982.

este tipo de entornos sociales se atraviesan coyunturas críticas que amenazan las vigentes reglas de juego, se abren oportunidades para sortear la trampa política” (Jiménez, 2014: 168).

El artículo plantea como hipótesis que algunos mecanismos pueden favorecer la cooperación horizontal y perjudican a las redes de favores:

H1. El sistema clientelar se debilita con a) el aumento de la ética anti-clientelismo vinculada al desarrollo socioeconómico. Esta precondition ambiental está reforzada por una serie de mecanismos locales, específicos de cada caso, a saber: b) competición en el mismo mercado electoral contra otras opciones clientelares que dividen el voto de las redes; c) concentración electoral y eficacia del voto de las alternativas NP; d) transformaciones demográficas en la circunscripción; e) intereses de grupo generadores de movilización NP; f) costes crecientes de los favores que dificultan su financiación, incentivan el recurso a métodos corruptos e incrementan los riesgos legales g) consolidación de un liderazgo que active el voto anti-clientelar; h) vinculación del clientelismo con un agravio general a la ciudadanía; i) presencia de alternativas NP fuertes que proyecten un modelo diferenciado.

H2. El clientelismo entra en crisis si estos mecanismos se manifiestan y combinan de forma eficaz.

H3. La acción colectiva anti-clientelar necesita de una estructura de oportunidad política que relacione una problemática social con el clientelismo.

## Métodología y fuentes de datos

El trabajo de campo original cubre un período de varios años, desde los inicios del período democrático (1979) hasta el año 2015. La práctica etnográfica sobre el terreno y la observación participante ha permitido diversificar los puntos de vista (Auyero, 1999), compartiendo con actores clave su experiencia en un partido de la oposición, pidiendo un favor, apoyando a un político después de haber recibido un beneficio, escuchando las historias de fuentes locales, el relato de organizaciones excluidas de las bolsas de subvenciones por la afiliación de alguno de sus miembros, o afectados por figurar en las listas de un partido de la oposición.

La investigación asumió el sesgo de selección no aleatoria de los casos, debido a la implantación territorial irregular de las redes, y a la necesidad de buscar casos tan relevantes como ricos en datos. Los estudios de caso se cerraron con la saturación teórica de información, siguiendo los criterios habituales de calidad en una muestra cualitativa, que no persigue una representación estadística sino análoga a unos fenómenos descritos, con especial atención a la riqueza de los datos, los valores extremos de la VI o VD, su relevancia, las diferencias entre variables de los casos y la adecuación para una comparación controlada (Yin, 2003; George y Bennett, 2005).

El trabajo de campo se desarrolló en pequeñas localidades para llegar a informantes clave mediante el método “bola de nieve”. El caso 1 corresponde al presidente de una diputación provincial volcada en el subsidio político de los municipios rurales de su circunscripción; los casos 2 y 3 representan a el patrón clientelar que ocupa el puesto de alcalde en dos pequeñas localidades. El caso 4 describe una revuelta popular contra el cacique local. Los casos 1 y 2 están basados en los materiales inéditos del Equipo de Investigaciones Políticas de la USC, de gran valor para el análisis comparado<sup>2</sup>. El trabajo de campo del caso 3 y 4 datan del 2015 y consistió en entrevistas, vaciado de fuentes secundarias, noticias de prensa, documentación y etnografía política sobre el terreno. Las descripciones anonimizan los sujetos y la localización de los casos con seudónimos para priorizar la información.

2 El material empírico está recogido en mi tesis de doctorado (Pantín, 2017) y su Anexo, disponible online en: <http://eprints.ucm.es/45524/>

La metodología de análisis consiste en el rastreo de procesos para explicar la estructura que vincula *input* y *output* (Hedström y Swedberg, 1998), es decir, cómo se produce el cambio estructural a través de la morfología del proceso de porqué la VI causa la VD (Mahoney, 2003; George y Bennett, 2005). Este tipo de análisis permite profundizar en la secuencia de sucesos causales que originan condiciones de manera no lineal, se observa la interacción de variables en el tiempo, la construcción y deconstrucción de escenarios, y la incidencia de mecanismos sobre las condiciones causales.

El análisis de mecanismos y procesos sirve para la comparación cualitativa, e investigar con los cuatro casos de la muestra los efectos de mecanismos concretos (Gerring, 2007). En el modelo comparativo, la presencia/ausencia de los mecanismos en una tabla booleana explica el resultado. Cuando varios casos similares tienen un resultado distinto (Y), se establecen variables de control  $X_i$  que permanecen constantes y se busca cual es la X en que difieren los casos para detectar la/s variable/s explicativa/s (George y Bennett, 2005; Gerring, 2007).

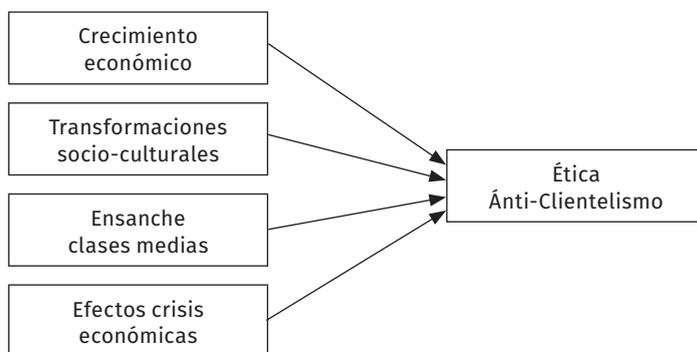
## El análisis de los mecanismos contra-clientelares

A continuación se exponen siete mecanismos contra-clientelares observados, responsables del debilitamiento de los partidos políticos que con más intensidad practican el clientelismo.

### A) Aumento de la cultura ética “anti-clientelismo”

Los mecanismos no siempre actúan de forma lineal, sino concatenada, abriendo escenarios y generando nuevos mecanismos. La percepción peyorativa y la ética pública anti-clientelismo aumenta a causa de una serie de submecanismos, como a) el crecimiento económico; b) las transformaciones socio-culturales; c) el ensanche de las clases medias; y d) los efectos adversos de las crisis económicas (Kitschelt y Wilkinson, 2007; Stokes et al., 2013). Estos son precondiciones ambientales para la desactivación de las redes, que a su vez generan otros mecanismos causales más específicos.

Figura 1. Submecanismos que inciden sobre el mecanismo 1 (ética anti-clientelismo)



Fuente: elaboración propia

La enorme distancia intergeneracional entre unos progenitores vinculados al sector primario, y unos descendientes con formación universitaria, viajes, reclamadores de puestos de trabajo cualificados generados por empresas innovadoras, e influenciados por las nuevas demandas sociales, parecen crear una barrera al acomodo de las prácticas clientelares: “todo esto solo se va a revertir con gente que piense de otra forma” (E1), aclaró

un entrevistado. Los nuevos intereses demandan un sistema más meritocrático, propio de las economías modernas y competitivas, muy distinto a la lógica de favores clientelar. No supone un asunto menor las transformaciones que derivan en una nueva cultura cívica, ligada a los valores de las democracias occidentales: participación, igualdad, derechos, pluralismo o libertad que, una vez más, parecen incompatibles con la dependencia, la arbitrariedad, los favores y la sumisión propia del fenómeno clientelar. Lo que algún entrevistado llama “masa crítica” y “conciencia social”:

“primero tiene que haber las condiciones objetivas, masa crítica en la sociedad para poder vislumbrar una alternativa (...) en nuestro caso concreto, con unas condiciones objetivas, con una situación social... donde el modelo está agotado, hay sensación de que no funciona” (E13).

Así, el desarrollo económico, socio-cultural y el consiguiente ensanche de las clases medias genera ética anti-clientelismo, una precondition para la penalización de aquellos partidos políticos que con más intensidad utilizan la *accountability* clientelar.

Cabe destacar durante el trabajo etnográfico, algunos de los sujetos representativos de los distintos roles sociales parecen compartir una coherencia discursiva entre sus versiones, y se alinean con los valores cívicos propios de las democracias avanzadas, profundizando la distancia entre la ciudadanía y la cultura del intercambio de favores políticos-votantes:

“a partir del 2010-2011 volvió gente preocupada por la actividad social... ¿en el resto de la sociedad? creo que hay un grado de despertar, de que lo colectivo nos toca” (E5).

El razonamiento de los entrevistados está muy ligado al contexto de crisis económica, que ha renovado debates acerca de la calidad de la democracia, los controles políticos y en general, el funcionamiento y las carencias del sistema político-económico. Lo que los entrevistados parecen transmitir es una conciencia crítica como colectivo, que entiende la realidad donde la minoría son los beneficiados y la mayoría los “perdedores”. Los entrevistados creen que están siendo perjudicados por el sistema: “yo no entiendo como nadie entró aquí a matar a todo el mundo”, señala visiblemente cansado un actor político refiriéndose al palacio provincial, donde sólo conseguían un empleo los votantes y miembros del partido de gobierno.

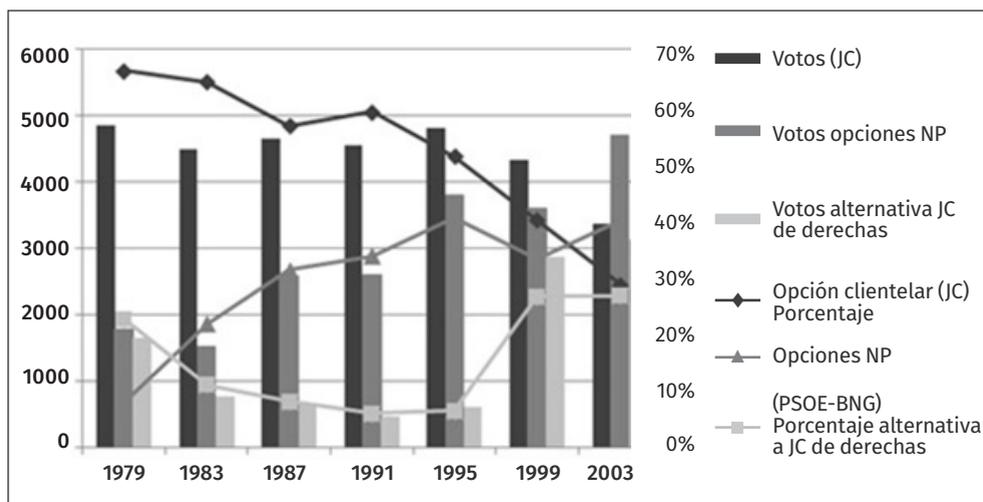
Del análisis de su discurso se desprende un cierto hartazgo, lo que antes era visto como una oportunidad dentro de la normalidad, ahora se percibe como un privilegio y un abuso de poder. Las renovadas percepciones cognitivas después de la Gran Recesión sobre ética pública, justicia e igualdad, resultan incompatibles con las prácticas clientelares, a vista de los entrevistados, injustas.

## **B) Competición en el mismo mercado electoral contra otras opciones clientelares que dividen el voto de las redes**

El escenario político del caso 2 durante las elecciones municipales de 1999 y 2003, presenta un ejemplo claro de competición en el mismo mercado electoral de otras opciones clientelares que disputan el control de la red. El análisis trata el número de votos agrupado en bloques clientelar/NP, como representantes del *cleavage* local.

El gráfico 1 ilustra, por un lado, la opción clientelar liderada por el patrón JC; y por otro, la suma de las opciones *no particularistas*, el BNG que lidera a partir de los años 90 junto a PSOE y EU; y por último, la alternativa de derecha ideológica-*galeguista*.

Figura 2. Evolución de los bloques políticos en el caso 3



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Interior.

Debido al enfrentamiento público del patrón clientelar contra otros miembros de su mismo partido y a la acumulación de sentencias judiciales en su contra, el partido popular decidió prescindir y expulsar de la organización a su notable local, para promocionar a otro candidato bajo el respaldo del presidente de la Xunta de Galicia, Manuel Fraga. El nuevo candidato propició una división de la red clientelar, auspiciados por las subvenciones prometidas siempre que votasen a su *broker*. Este nuevo PP consiguió aunar el antiguo voto de centro-derecha, desapareciendo las inestables listas locales de esta corriente, sufriendo por primera vez el patrón de la villa una significativa bajada del número de votos, y en la representación política porcentual del municipio, que venía debilitándose los últimos años.

Durante la campaña de los populares, el nuevo candidato del PP ofreció 80 subvenciones a diversas parroquias y una parte de la red de agentes fue captada para apoyar al nuevo patrón del PP; sin embargo, JC como independiente vuelve a conseguir los mejores resultados de las elecciones: 7 concejales; seguido de la candidatura clientelar del PP con 5 concejales; y en tercer lugar se sitúa el BNG con 3 representantes.

En las elecciones del año 2003, el patrón no se pudo presentar liderando la lista debido a las inhabilitaciones judiciales,<sup>3</sup> encabezando su hija la formación de independientes formada en 1999 tras su expulsión, que no haría más que profundizar la derrota en porcentaje de representación y en número de votos, que refleja la debilitación progresiva de la red clientelar.

Para medir el apoyo de los clientes, el número de votos puede ser muy útil para analizar el fenómeno, basado en favores individuales. Así, entre los años 1979 y 1995, sin competencia relevante y a la par que aumentaba el censo del caso 2, el número de votos medio a la candidatura clientelar se sitúa en 4667 sufragios, con una desviación estadística estándar de tan solo 152 votos durante cinco convocatorias electorales. Sin embargo, 1) el fortalecimiento de la oposición NP liderada por el BNG a partir de las elecciones de 1995; y 2) la nueva competencia por el favor de las redes contra un patrón más poderoso (Manuel

3 Véase mecanismo F.

Fraga), acabó mermando el número de apoyos (respecto 1995) un 10% en 1999, y un 30% en 2003. Expresados en términos estadísticos, la desviación típica de votos pasa de 152 (época de estabilidad en la red) a 737 votos en el convulso periodo de 1995-2003, como se muestra en la [tabla 2](#).

**Tabla 1.** Bloques con Nº voto, porcentaje, media, desviación estadística y evolución porcentual 1979-2003

Elección	Opción clientela (JC) Porcentaje	Votos (JC)	Opciones NP (PSOE-BNG) Porcentaje	Votos opciones NP	Media No votos JC	Desviación estadística estándar JC	Evolución % voto respecto elección anterior
1979	66,2	4837	7,9	1775			
1983	64,2	4492	21,7	1519			-7
1987	56,4	4643	31,2	2569	4667	152	3
1991	58,9	4555	33,7	2602			-2
1995	51,1	4809	40,2	3788			6
1999	39,9	4319	33,1	3588	3839	737	-10
2003	28,6	3359	39,9	4687			-22

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Interior.

**Tabla 2.** Índices de fraccionalización del sistema de partidos en la provincia del caso 3

	Índice número efectivo de partidos electorales	Índice número efectivo de partidos parlamentarios	Índice número de partidos electorales (Molinar)	Índice número de partidos parlamentarios (Molinar)
1983	3,39	3,05	2,79	2,2
1987	3,86	3,2	2,34	1,83
1991	3,7	3,16	3,29	2,5
1995	2,76	2,27	1,66	1,33
1999	2,71	2,17	1,6	1,26
2003	2,76	2,25	1,66	1,31
2007	2,98	2,62	2,02	1,73
2011	2,84	2,32	1,86	1,41
2015	3,21	2,45	2,23	1,5

Fuente: elaboración propia a partir del análisis con datos del Ministerio de Interior.

### C) Concentración electoral y eficacia del voto programático

El voto clientelar y los patrones clientelares tienden a concentrarse en un partido único por circunscripción, no así el voto y los políticos NP. Por dos motivos: 1) los patrones deben de ser pragmáticos y dejar en un segundo plano diferencias ideológicas para trazar alianzas, porque desde la oposición no se reparten favores; 2) un partido débil puede promover una agenda programática pero nunca podrá seleccionar a sus votantes sin el respaldo de un gran partido máquina que controle los engranajes de la administración.

El caso 1 padeció durante años la debilidad de las heterogéneas coaliciones frente a unas redes volcadas en la lista de su patrón (JB). El caso 2 padeció tentativas similares poco sólidas. En el caso 3 el transfuguismo de los concejales es constante ante los suculentos recursos de la máquina provincial del partido.

Los datos de la provincia que representa el caso 3 muestran que una mayor fraccionalización del sistema de partidos beneficia la eficiencia del voto clientelar. Por ello, cuando el bloque NP disminuye el número de partidos electorales, resulta más plausible que una alternativa NP sustituya al partido clientelar en el gobierno. A continuación, se justifica con datos empíricos el argumento que explica este mecanismo contra-clientelar.

En las elecciones municipales del 2011 el 78% de las alcaldías se mantuvieron en manos del PP (partido con mayor base clientelar en la provincia), con el respaldo del 49,5% de los votos; con la introducción de nuevos partidos en el 2015, el PP mantiene el 68% de las alcaldías con el respaldo de tan solo 43,9% de los apoyos, es decir, una minoría clientelar concentrada consigue la mayoría de los gobiernos municipales. Si el bloque NP no aprovechó en 2015 su superioridad (66,1%) fue en parte por la penalización del sistema electoral con un elevado número de partidos.

La interpretación de los indicadores del sistema de partidos (Ruiz y Otero, 2013) en la provincia, explica por qué la fraccionalización en el año 2015 impidió que los partidos NP se hicieran con más alcaldías locales. Los votos anti-clientelares dispersos se infrarrepresentan en los ayuntamientos, con dos partidos relevantes electoralmente más un tercero que despunta, pero en la práctica institucional, tan solo existe un partido relevante. Veamos los datos. A pesar de la pérdida de votos del PP, la diferencia entre el índice electoral y parlamentario de Molinar es de 0,73 puntos (2,23-1,5), mayor que en elecciones anteriores, cuando PSOE y BNG sumaban todo el voto anti-clientelismo y la distancia entre índices fue de tan solo 0,29 (2,02-1,73) en 2007, y de 0,45 en 2011, trasladando más fielmente el resultado electoral a la distribución de ediles entre las distintas formaciones.

El indicador del número de partidos efectivos, más sensible para reflejar la realidad de los sistemas de partidos proporcionales, vuelve a confirmar el argumento y la dinámica se mantiene: mientras que la diferencia del indicador electoral y parlamentario fue en 2007 de 0,36, la distancia en el año 2015 aumenta a 0,76, suavizando así la pérdida de apoyos de la candidatura clientelar, el mayor beneficiado del incremento del pluralismo en el sistema de partidos.

Con esta interpretación de los datos, parece confirmarse que un sistema de partidos asentado sobre el *cleavage* clientelar, puede representar un mecanismo fortalecedor o debilitador del clientelismo.

## D) Transformaciones demográficas en la circunscripción

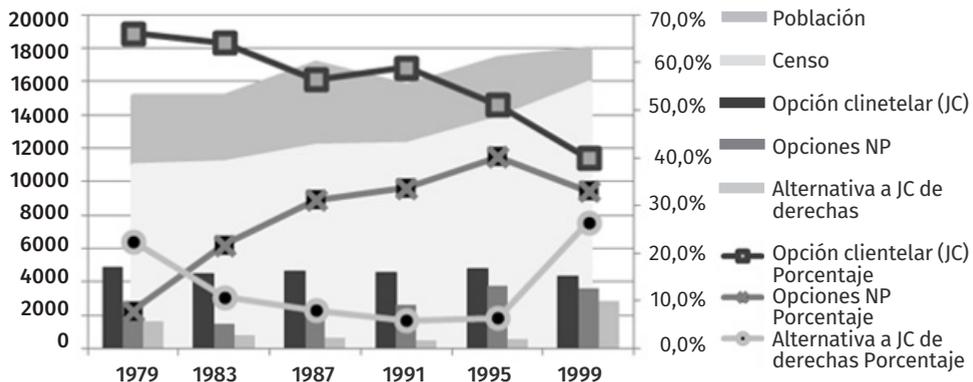
La literatura prevé que el crecimiento de la población y la expansión de la urbanización dificultan la capacidad de observación de los electores (Stokes et al., 2013). Cabe destacar cómo funciona el mecanismo demográfico, cuando a causa de las migraciones y la transformación de los censos de votantes en una circunscripción, se desgasta el capital social de los patrones, debido a que no conocen personalmente a los nuevos residentes ni estos -o sus familiares- están en deuda con él.

Este fenómeno se manifiesta en la localidad del caso 2 a raíz del boom urbanístico favorecido por el alcalde, que tanto le permitió repartir favores a los lugareños propietarios de fincas para su venta, permuta y recalificación. La oferta de vivienda resultó muy atractiva frente a los altos precios de la ciudad, propiciando un crecimiento del número de nuevos residentes en la villa. El número de votos a la candidatura del patrón, ora presentándose

en las listas del PP, ora dentro de un partido hecho para su figura (Independientes<sup>4</sup>), se mantiene constante sin apenas variar la fidelidad de los clientes. Sin embargo, el crecimiento del censo origina que esos votos cada vez tengan un peso relativo menor en el reparto de actas de concejal, disminuyendo progresivamente el porcentaje de sufragios que representa la red clientelar, y acudiendo los nuevos electores a prestar su apoyo a las candidaturas NP; véase la lista de derechas alternativa, o al PP (que combina voto NP y clientelar a partir de las elecciones municipales de 1999).

Como en los puntos anteriores, la complejidad de la vida política local requiere de una interpretación de los datos electorales como bloques de varios partidos que respondan al *cleavage* sociopolítico.

**Figura 3.** Voto a bloques en el caso 3, población y censo electoral



Fuente: elaboración propia a partir del análisis con los datos del Ministerio de Interior.

El aumento del número de electores puede explicar parte de la pérdida de capacidad de la red clientelar para mantener los resultados electorales, de hecho, desciende el porcentaje de representación de la candidatura del patrón, pero se mantiene prácticamente constantes el número de votos a su candidatura, siempre fieles y naturales de la villa.

A raíz de los datos, el fenómeno de las migraciones de población y el cambio demográfico posee suficientes atributos propios como para ser considerado un mecanismo social, porque el aumento de los nuevos residentes puede desequilibrar el peso electoral de las redes clientelares autóctonas, al introducirse en el censo votantes sin dependencia del patrón, que por el momento no han recibido favores y no tienen su voto cautivo.

## E) Intereses de grupo como generadores de acción colectiva y movilización programática

La literatura nos dice que el clientelismo anula la acción colectiva y la cooperación ciudadana para defender los intereses comunes, en cambio, fortalece las relaciones verticales e individuales con un poderoso o patrón (Graziano, 1984; Auyero, 1999). En los casos emergen movimientos y organizaciones ciudadanas para defender intereses esquivando la intervención del patrón, las plataformas representan la infraestructura que promueve acciones concretas, facilita la cooperación entre individuos que persiguen el objetivo común, y simbolizan la oposición anti-clientelar. Estas organizaciones generan conciencia compartida y trasladan las reivindicaciones a los partidos políticos en localidades con una red asociativa fuerte.

<sup>4</sup> El patrón del caso 2 comenzó y acabó su carrera política en un partido de independientes fundado por él mismo.

En el caso 1, la oposición política a JB organizó actos de protesta contra la urbanización de espacios naturales en la villa, liderados por el PCE local, se celebró una reunión multitudinaria de unas 1.200 personas que dio origen a un escrito donde se solicitaba la dimisión del alcalde por diversas irregularidades urbanísticas, la venta directa de “casas baratas” del Ayuntamiento a determinados vecinos, el desproporcionado incremento de la plantilla del consistorio sin oposición, con lazos familiares o de amistad personal con el alcalde-patrón.

El movimiento ecologista y cultural local en el caso 2 introduce demandas programáticas en una agenda política caracterizada por el favor individual. La agrupación del BNG utiliza este movimiento y explica por primera vez en un programa anti-clientelar, la elaboración de medidas concretas en el ámbito político, social y cultural.

En el caso 3, se han encontrado distintas formas de cooperación horizontal de *outsiders* de la red. El primero y más llamativo fue el de “Asociación de Opositores en Paro”, constituida por estudiantes a las pruebas de acceso al cuerpo de funcionarios de la Diputación que, perplejos, comprobaban como sujetos vinculados al partido de gobierno obtenían las plazas sistemáticamente. A través de esta asociación llevaron una actividad de denuncia pública y judicial exitosa, pues se tuvieron que repetir unas oposiciones, y dotó de motivos a otros aspirantes para colaborar y prescindir de los canales clientelares.

En los últimos años se han constituido otras organizaciones para llevar a cabo actos de protesta, a modo de plataforma para emitir notas de prensa, difundir información y organizar reivindicaciones con el objetivo de influir en la opinión pública y concienciar a la población de los efectos de la política clientelar. Entre ellos, la “Asociación de Víctimas del Caciquismo” y el “Foro Cívico Progresista” son ejemplos claros. Cabe destacar algunas acciones de protesta simbólica protagonizadas por la segunda plataforma. En el año 2014 presentaron ante notario un listado de cuáles serían los aprobados en unas oposiciones. De cinco plazas para funcionario municipal y con una concurrencia de 475 opositores, los miembros de la asociación “acertaron” el nombre propio de cuatro beneficiarios, el quinto también había concurrido en las listas electorales del PP en el año 2007, dejando en evidencia el proceso de selección para unas plazas vitalicias.

El discurso cívico-democrático versiona las prácticas clientelares desde una perspectiva peyorativa, y desgasta el capital simbólico del sistema, es decir, estas asociaciones y asuntos de interés colectivo generaron nuevos paradigmas y luchas políticas, más eficaces cuando se trasladaron a partidos que las instrumentalizaron.

Sin embargo, la incidencia de este mecanismo ha sido limitada debido a la asimétrica interpretación del conflicto. Lo que para algunos representa nula planificación urbana y daños medioambientales, otros votantes entienden flexibilidad para la maximización del interés individual, la selección de trabajadores mediante criterios de afinidad electoral puede ser interpretado como una injusticia o como una oportunidad.

## **F) Costes crecientes de los favores que dificultan su financiación, incentivan la corrupción e incrementan los riesgos legales**

La mejora general de la calidad de vida de los clientes provoca “inflación en los recursos” y aumenta el coste de los favores que demanda la clientela (Caciagli, 1996). Esto 1) lleva al sistema a una situación de colapso; u 2) obliga a los patronos a acudir a fuentes corruptas que los financien (Della Porta y Mény, 1995). Los costes crecientes de los favores son la causa inicial de un tortuoso camino de corrupción que financie a la máquina, y logre introducir recursos en las redes clientelares de intercambio, una *path dependency* en la que los políticos clientelares se ven atrapados: la reclamación de recursos para distribuir

favores de manera ininterrumpida, desemboca en procesos judiciales que desgastan al político-patrón, lo inhabilitan y acaban perdiendo el apoyo de la máquina controladora de las transferencias desde otras instituciones.

Esta *path dependency* clientelismo-corrupción-clientelismo se encuentra claramente en todos los casos analizados, que, para hacer frente a los compromisos contraídos, condujeron al patrón a cometer errores y precipitaciones, patentizándose escandalosas irregularidades recogidas durante el trabajo de campo, que a la postre le ocasionaron problemas judiciales. El caso 1 y 2 desembocó en inhabilitaciones mientras revalidaban mayorías electorales, con acusaciones de prevaricación, malversación de fondos y tráfico de influencias. El frecuente desprestigio obliga a los partidos a expulsar a sus patrones clientelares, decisión que estos interpretan como una "traición" después de los servicios prestados a los partidos.

### **G) Vinculación del clientelismo con un agravio general a la ciudadanía**

El principal requisito de un agravio general a la ciudadanía, es que este sea reconocido por una mayoría social, superando el alcance de los intereses de grupo. La política selectivamente permisiva en materia de ordenación urbana y edificación, no puede ser considerada un agravio general por la asimetría de sus efectos, para muchos votantes el incumplimiento selectivo de la normativa urbanística puede recaer en beneficio propio (recalificación, omisión del pago de Licencias, permisividad para construir alturas, etc.), una conveniencia difícil de calificar como agravio. De igual manera ocurre con la intensiva contratación de personal municipal, seleccionando a candidatos afines, difícilmente puede ser un agravio en comunidades de baja movilidad social, donde siempre puede ser agraciado un conocido o familiar.

Así, el único agravio que provocó una reacción transversal -cuyos efectos no benefician a nadie, fue la contaminación del río en la villa de Alacrán, símbolo de la localidad en el caso 4. A partir de esta reclamación se sumaron otras que identificaban a la gestión clientelar cómo problema y no cómo solución a los problemas.

La revuelta popular del verano de 1989 en el caso 4, tiene fundamentos anteriores que permanecían latentes para una parte de la ciudadanía<sup>5</sup>, pero estalló a raíz de unas truchas muertas en el río que, ante la negativa del alcalde a convocar el pleno que abordase el problema de contaminación del fluvial, un grupo de vecinos movilizados y miembros de asociaciones locales deciden ocupar la casa consistorial y encerrarse hasta que el pleno fuese convocado. Lo que había comenzado como un problema de salud pública y ecologismo, con la intensidad añadida de las asambleas entre vecinos encerrados en el consistorio, dio pie a la deliberación y al planteamiento de nuevas problemáticas en las reuniones: la dejadez de los gobiernos municipales, el caciquismo practicado, la ausencia de actividades culturales, etc., contra lo cual, la asamblea empieza a actuar como un órgano de gobierno público, organizando actos culturales, comidas populares y actuaciones musicales. El entusiasmo alcanzado, llevó a los vecinos a mantener el encierro hasta que el pleno sobre el estado del río no fuese convocado (Gil, 2009).

En las semanas sucesivas, se produjeron una serie de tentativas de ocupación por la fuerza, denuncias y manifestaciones, hasta que finalmente, ante el transversal y hegemónico apoyo vecinal, el alcalde y toda la corporación municipal dimite en bloque.

En medio de una provincia rural, envejecida y caracterizada por las prácticas clientelares, la revuelta popular permitió que emergiera un gobierno municipal que recibió el mandato de llevar a cabo una agenda programática. En palabras de una protagonista de la

<sup>5</sup> Algunos asuntos despertaban un fuerte interés entre ciertos colectivos locales, comprometidos con el medio ambiente y el valor patrimonial del centro histórico, con manifestaciones a razón de varias iniciativas urbanísticas que desvirtuaban el estilo arquitectónico de la villa. También se organizaron concentraciones contra el "caciquismo", demandando más servicios públicos.

revuelta, “el pueblo se echó a la calle harto del abandono, falta de gestión y de las negras perspectivas de futuro”;<sup>6</sup> otros describen la situación vivida como cambiar a un gobierno que “encarna el espíritu del caciquismo” (Gil, 2009). Tal como reflexionó a posteriori el líder de la revuelta y alcalde los primeros años: “nosotros teníamos un proyecto -o la idea- de una villa para vivir”, que mediante decisiones políticas marcó “la diferencia entre la política y la demagogia o entre el individualismo y la ciudadanía” (Barreiro, 2008:165). Del corto alcance de los pequeños favores, se pasó a una acción política con un proyecto municipal definido, una idea para refundar la villa y que no acompañase al resto de la provincia en su destino decadente.

El análisis desde la teoría de la acción colectiva y los movimientos sociales (Tilly, 2004; Della Porta y Diani, 2011; Tarrow, 2012), explica porque el clientelismo desincentiva la protesta y los intereses colectivos: favores individuales, relaciones verticales y escasa abstracción, impiden identificar un agravio compartido.

Los casos analizados recogen las circunstancias que Tarrow (2012) llama los “tres poderes en movimiento”. Sin embargo, en el caso 4 la barrera del sistema clientelar se desborda por la cooperación entre iguales (horizontal) para defender los intereses comunes:

En primer lugar, se formaron 1) asociaciones cívicas y las acciones de protesta, que forjaron unas redes sociales informales, sirvieron como plataforma para la organización de futuros movimientos anti-clientelismo.

2) Se combinaron emociones e identidades colectivas con repertorios culturales que dotaron de significado a las problemáticas que afectan a los vecinos: la contaminación del río, la especulación urbanística y el deterioro del casco urbano. A partir de estas se agregó a la matriz general de la protesta, una serie de significados compartidos mediante la deliberación y el debate en las asambleas populares: la dejadez del alcalde, el caciquismo y un imaginario; es decir, se construyó un esquema interpretativo entre los vecinos participantes que utilizaban para simplificar los acontecimientos, definir nuevos agravios relacionados y contemplarlo bajo el nuevo marco propuesto.

3) El tercer poder que posibilitó el triunfo de la acción colectiva fue aprovechar las oportunidades políticas, especialmente cuando los partidos de la oposición incorporan las demandas y capitalizan el movimiento en la lucha electoral.

En el caso 4 se jugaron distintos factores que facilitaron una conexión narrativa entre el grupo organizado y la comunidad acerca de lo que estaba sucediendo con un alcalde clientelar. Este hilo conductor permitió lo que los especialistas en acción colectiva llaman “alineamientos de marcos” (Della Porta y Diani, 2011:114), paso previo a la “reelaboración simbólica” de nuevos problemas, culpables y soluciones a emprender. La defensa de intereses comunes unió a los vecinos bajo una identidad horizontal frente a la verticalidad de las relaciones clientelares, que incluía un “nosotros” e irremediamente un “otro(s)”, en otras palabras, un culpable del agravio identificado: el cacique-patrón clientelar.

## H) Consolidación de un liderazgo que active el voto NP

El liderazgo de la revuelta popular en el caso 4 desempeña un rol clave sin distorsionar la espontaneidad del movimiento para trasformarlo en acción colectiva anti-clientelar. Los líderes supieron dotar de sentido y enfoque a la acción grupal, “seleccionando temas conocidos con el fin de persuadir a los ciudadanos para que se unan a la causa y añadiendo luego nuevos temas que se sumen a los anteriores y los activen en nuevas direcciones” (Tarrow, 2012:257). El liderazgo no debe entenderse como una “autoría intelectual”, porque

6 Véase el reportaje publicado en La Región el 8 de agosto del 2014 “Los alaricanos recuerdan los 25 años de la revuelta vecinal”.

precisamente, el imaginario colectivo emana de una realidad incontrolable, reconocida en el debate público, pero que necesita una cierta dosis de orquestación, empatía, carisma y capacidad de convencimiento.

En el caso 4 los líderes vecinales canalizaron un sentimiento colectivo para identificar a un causante: la dejadez de un alcalde que hacía gala del prototipo de cacique. Los espacios políticos requieren pacto y conflicto, en este sentido, el caso representa un conflicto político por excelencia, donde se provocó una situación enconada, con manifestaciones que midieron el apoyo general a la causa, y optaron en asamblea ocupar la casa consistorial hasta que el alcalde no convocase el pleno y aprobase medidas concretas para sanear el río, a sabiendas que el regidor no accedería a sus demandas.

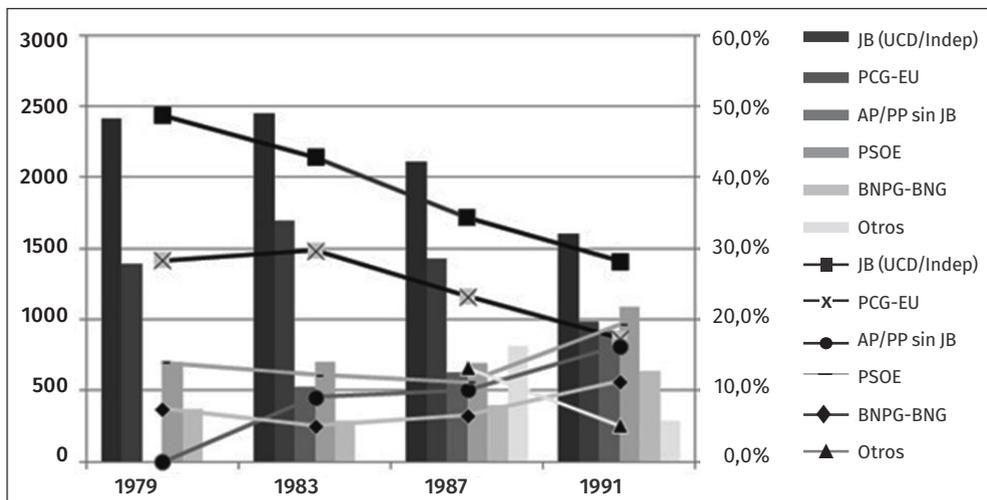
Así, la protesta anti-clientelar pasó a movimiento promovido por los líderes de la red asociativa local, que materializaron sus tácticas políticas en los medios de comunicación, asambleas y tribunales, impulsando la acción colectiva contra el cacique: encierro en el Ayuntamiento y otros repertorios de protesta consiguieron un apoyo transversal hasta ver consumada, en forma de dimisión, la dimisión del patrón.

### I) Alternativas NP fuertes que proyecten un modelo diferenciado

Cabe destacar que “las relaciones clientelares pueden perder su viabilidad en presencia de una competencia intensa” (Kitschelt y Wilkinson, 2007: 29). Sin embargo, la fortaleza de las alternativas programáticas depende y se retroalimenta de otros mecanismos (líderes, intereses de grupo que puedan instrumentalizarse, agravios para movilizar, etc.), para representar un modelo diferenciado que incentive la coordinación electoral NP de manera no lineal. Veamos como:

Como se desprende del siguiente gráfico que correspondiente al caso 1, a pesar de la evidente redistribución del voto, se articulan en las primeras elecciones democráticas dos tendencias: el grupo encabezado por el Alcalde-patrón (JB), por una parte, y el Partido Comunista (PCG) que representa en la localidad el proyecto NP.

Figura 4. Número y porcentaje de votos por candidatura en el caso 1



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Interior.

El trabajo de campo mostró que el voto clientelar se dirige hacia la candidatura de JB; el voto NP hacia los otros partidos, especialmente PCG-EU. Un análisis del número de votos de los bloques muestra como hasta las elecciones de 1987, la política municipal se decidía en esos dos modelos, que respondían a la existencia *cleavage* clientelar vs NP.

La eficacia del mecanismo requiere de una intensa presión de la oposición, donde el PCG claramente manifestó otra “forma distinta de hacer las cosas”, que frente al abultado número de ciudadanos que de manera activa respaldaban y defendían el sistema clientelar, los partidos NP no consiguieron desvalorizar (hasta 1991) las múltiples “deudas” y favores contraídos con el patrón JB a lo largo de los años, que desincentiva a buena parte de los vecinos de la villa a optar por un partido político que amenazase la política particularista.

El debilitamiento de las redes como consecuencia de la presión y campaña ejercida por las candidaturas NP, también se evidenció en la localidad del caso 2, donde las acciones “contra-clientelares” se materializan en el conflicto abierto durante las sesiones plenarias, con los esfuerzos de la oposición en elaborar mociones alternativas y preguntas siguiendo las reglas del juego democrático formal. Las reclamaciones ecologistas a partir de los años 90, hacen frente a los abusos políticos, urbanísticos e industriales sobre el medio ambiente, logran que estos asuntos trasciendan a los medios de comunicación y la opinión pública para dotar de contenido a la oposición política.

De esta forma, la intensidad de la persuasión programática por parte de partidos anti-clientelares, resulta clave para la correcta sustitución de las máquinas políticas, y que sean reemplazadas por otra organización que suponga un cambio de paradigma en la distribución codificada de los recursos.

### Comparación de casos

El modelo de comparación incluye los estudios de caso 1 y 2 donde el triunfo NP fue parcial y paulatino dentro de la franja temporal de análisis; el escenario del caso 3 donde se deteriora el vínculo clientelar sin que el bloque NP alcance una mayoría; acompañado por el caso 4 de revuelta social contra el cacique local.

La tabla booleana sintetiza casos y mecanismos con resultados desiguales, mantiene controlados los factores transversales, así como los factores atípicos que ofrecen luz sobre aquello que diverge y provoca el cambio (mecanismos causales) sobre la variable dependiente en términos dicotómicos (Landman, 2011), cuyo resultado puede ser triunfo NP (p), avance programático limitado (q), y revuelta contra el cacique (r).

**Tabla 3.** Tabla Booleana

Casos	Mecanismos (VI)									Resultado
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	VD
Caso 1	A	b	c	d	E	F	g	H	I	Voto NP (p)
Caso 2	A	B	c	D	E	F	g	H	I	Voto NP (p)
Caso 3	A	b	c	d	e	F	g	h	I	Limitado (q)
Caso 4	A	b	C	d	E	f	G	H	I	Revuelta (r)

Fuente: elaboración propia a partir del análisis.

A= Cultura y ética anti-clientelismo. B= Competencia otras opciones clientelares. C= Concentración de las alternativas NP. D= Transformaciones sociodemográficas.

E= Intereses de grupo generadores de acción colectiva. F= Costes crecientes de los favores. G= Vinculación del clientelismo con un agravio general. H= Liderazgo fuerte de las opciones NP. I= Opciones NP consolidadas.

Letra minúscula= ausencia de condición. Letra mayúscula sobre fondo blanco= condición. Letra mayúscula sobre fondo gris= condición causal.

El caso 1 y 2 representan un modelo de deterioro paulatino del sistema clientelar, reflejado en el crecimiento del voto a las opciones NP con un mensaje anti-clientelar. El rango temporal del análisis capta la progresiva crisis de las redes para sustentar a su patrón en el gobierno institucional, aunque en ocasiones fuera de manera intermitente (caso 1). Finalmente, los partidos NP redujeron la extraordinaria intensidad de influencia de las redes a medida que el patrón se desgastaba, incumplía sus promesas y la red clientelar no lograba retener los votos.

En el caso 1 de crisis clientelar los costes crecientes de los favores (F), representan un factor causal que origina muchos problemas al patrón con la justicia, por acudir a métodos ilegales (corrupción), que generan rechazo y movilización en un segmento de la población. De manera similar actúan los intereses de grupo (E) contra la amenaza de la política urbanística del “cacique”. Si estos asuntos no incentivan a una movilización más amplia (véase agravio común), se debe a la asimétrica interpretación del *cleavage*: frente al escandaloso eslogan “viva la especulación” de los beneficiarios, otra parte de la ciudadanía interpreta como negativos los efectos de la política clientelar, fundamentado la confrontación política.

El caso 2 contiene las implicaciones a lo largo de la serie temporal de una notable variedad de mecanismos casuales que, en distinto momento, afectaron al patrón local. De manera progresiva las transformaciones demográficas (D) en la villa, disminuyeron el peso electoral de la red clientelar tradicional. Los intereses de grupo (E), especialmente a partir de los años noventa, donde emergieron asociaciones que defendían el patrimonio local frente al caos urbanístico y los perjuicios de la políticas de favores individuales. Estos asuntos implicaron un tema de confrontación política que aprovechó la oposición para visualizar las externalidades de la gestión clientelar (mismo asunto que en el caso 1), y deterioraron la imagen del regidor. Por último, iniciado su declive, los costes crecientes (F) para distribuir favores dieron pie a problemas judiciales, que inhabilitaron y desgastaron a la candidatura de JC; en un proceso encadenado, permitieron la introducción de una segunda candidatura clientelar (B), que competía por el mismo electorado culturizado en los favores personales, que dividió el voto *rent-seeking*.

La consolidación del voto NP en los casos 1 y 2 necesita alternativas al modelo clientelar consolidadas y activas (I), éstas emerguen apoyadas en las anteriores condiciones. Cabe destacar que su mera presencia resulta insuficiente, pero sin ellas es muy complicado observar un desvío de tendencia.

La manifestación de mecanismos para que el resultado sea éxito del voto programático (p), se podría resumir como una inferencia lógica así:<sup>7</sup>

$$[I \wedge (E \wedge F)] \vee [I \wedge (E \wedge F \wedge D \wedge E)] \rightarrow p$$

El caso 3 presenta una singularidad única en el modelo: corresponde al gobierno clientelar de una Diputación provincial competente sobre casi un centenar de municipios rurales, donde las redes se han debilitado pero conservan el poder en la mayoría de los ayuntamientos. El clientelismo en la provincia ha estado muy vinculado a una Diputación volcada en las redes clientelares locales afines, penalizando al resto. No existe un agravio general (G) que atente contra los intereses comunes ampliamente reconocido por los

7 Leyenda sobre el lenguaje formal lógico: letra (proposición/mecanismo);  $\wedge$  (conjunción “y”);  $\vee$  (disyunción “o”);  $\neg$  (negación “no”);  $\rightarrow$  (condicional “entonces”);  $\leftrightarrow$  (bicondicional “sí y solo sí”).

ciudadanos, tan sólo y parcialmente “el enchufismo”, pero en ocasiones se identifica más como una oportunidad que como un problema. Los partidos no logran instrumentalizar los intereses de grupo (E) por su limitada transcendencia local, tampoco visualizar un proyecto provincial alternativo (I), e incluso están en proceso de fraccionalización inverso a la concentración (C), con un voto disperso que dificulta mayorías alternativas. Sin embargo, en el modelo booleano destaca un factor que de manera singular incide en el deterioro parcial de las redes clientelares: los costes crecientes (F) para distribuir favores entre la clientela. El sistema requiere de una máquina política muy perfeccionada que provea de recursos desde las instituciones a los intermediarios, cada vez más costosos, la obligación de recurrir a métodos corruptos origina procesos judiciales que han debilitado a los patrones de la provincia.

La manifestación de mecanismos para que el resultado sea voto NP limitado (q) se podría resumir así:

$$\neg (C \vee E \vee G) \wedge (F \wedge I) \rightarrow q$$

El caso 4 dio lugar a una revuelta popular que desbancó al poder clientelar del Ayuntamiento, un caso atípico y extremo donde se evidencian con claridad las características necesarias para la acción colectiva. Los factores exógenos que legitimaron y dotaron de contenido a la revuelta son un agravio general que a la ciudadanía (G), con implicaciones ideológicamente transversales, donde una mayoría de ciudadanos se identificaron con la causa, independientemente de pertenecer a distintos grupos sociales, diferencias de clase, de partido o edad. El éxito en la instrumentalización del agravio lo transforma en un mecanismo contra-clientelar, íntimamente relacionado con figura de un líder carismático (H) como el observado en el caso de la revuelta. La fuerza singular del liderazgo facilitó que el agravio sea reconocido y se reaccione a través de las redes asociativas previas, para que en un segundo estadio, surja el movimiento y la acción colectiva anti-clientelar. Así, el colapso de la red no se produjo por un deterioro en la provisión de favores como en el resto de los casos, sino que la movilización anti-clientelar se genera por los efectos negativos, y la transmisión de un vagaje cognitivo que identificó el clientelismo como causa de los problemas sociales.

La comparación muestra otros factores fundamentales para el éxito de la revuelta como una alternativa política NP activa en los plenos del consistorio (I), cuyos miembros coincidían con los líderes del movimiento vecinal, por ello, durante la revuelta las elecciones generales de 1989 se plantearon a modo de plebiscito, reconociendo al BNG como partido anti-clientelar que concentraba el voto NP (C). Los intereses de grupo (E) como cemento para la cooperación horizontal y la reclamación de políticas públicas, frente a las políticas privadas del clientelismo (cooperación vertical con el patrón), fueron introducidos en el discurso social a través de las asambleas de vecinos, incluyendo nuevas demandas sociales: más servicios públicos, revertir el deterioro del casco urbano, promocionar el desarrollo económico de la villa, etc., que encontraron eco en el sentir social e identificaron como responsable de su situación al caciquismo del alcalde.

Esta interacción entre mecanismos para que el resultado sea revuelta (r) se podría resumir así:

$$(C \wedge E) \wedge [G \leftrightarrow (H \wedge I)] \rightarrow r$$

## CONCLUSIONES

El objetivo del artículo fue mostrar cómo los mecanismos y el proceso sociopolítico deterioran a las redes clientelares y colapsa el sistema de favores. Las contribuciones del artículo se resumen en tres: 1) el artículo aporta a la literatura estudios de caso sobre

el clientelismo en España; 2) se analiza el funcionamiento interno de mecanismos anti-clientelares no suficientemente explorados; y 3) se identificó la estructura de oportunidad política que aumenta las posibilidades de que los votantes se coordinen para demandar políticas *no particularistas* y se desvinculen del patrón.

Respondiendo a la primera hipótesis, se han analizado los mecanismos que provocan un cambio estructural que afecta al fenómeno, como tales, se han identificado como factores contra-clientelares en la muestra de casos. La comparación ha comprobado la validez de la segunda hipótesis. La tabla *booleana* muestra cómo los mecanismos actúan, cuáles son precondiciones para la crisis del sistema clientelar (VD), y cuáles causan la coordinación electoral NP.

La teoría propuesta combina a una serie de mecanismos como las transformaciones demográficas en las circunscripciones electorales, con nuevos electores sin deudas/vinculación con el *broker* que desequilibren el peso de las redes autóctonas. Así como la erosión inherente a los casos de corrupción (para financiar los costes del partido-máquina), deteriorar el capital simbólico del patrón (“conseguidor”), también en términos de capital social, distancia al patrón de los cuadros superiores del partido y bloquea el acceso privilegiado a los recursos que otrora disponía.

Del análisis también se extrae que, en ocasiones, las circunstancias históricas favorables para que el partido clientelar pierda las elecciones, son desaprovechadas por los partidos NP porque no trasladan de manera eficiente el voto electoral a representación institucional, siendo así identificado la concentración de las alternativas NP como un mecanismo debilitador del clientelismo que, por sí solo, no expulsa a los patrones, pero con él presente resulta más plausible que ello ocurra. No se han encontrado casos en la literatura sobre este mecanismo, como contribución original, podría ser testada por otras investigaciones.

Tampoco se ha encontrado estudios de caso que analicen las crisis en el sistema clientelar desde la protesta y acción colectiva en respuesta a agravios generales; o a través de organizaciones para defender los intereses de grupo, que prescindan de la intermediación del patrón/*broker*. La tercera hipótesis parece coherente en los casos: bajo la condición de una estructura de oportunidad política definida, los ciudadanos pueden cooperar y no competir por los favores individuales cuando existe un interés que los vincule “como iguales”, que identifique al clientelismo como responsable de una problemática.

## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Ramón Máz y al Equipo de Investigaciones Políticas de la USC el trabajo de campo inédito que enriqueció mi comparación, así como los comentarios de Fernando Jiménez (UM) y Manuel Villoria (URJC) en el XIII Congreso Español de Ciencia Política. También quiero dar las gracias a Martín Portos (SNS-Italia) y a Ana Belén Benito (CEPC), que me ayudaron a mejorar el texto y a subsanar errores, todos los demás son de mi absoluta responsabilidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Auyero, J. (1999). From the Client’s Point of View: How Poor People Perceive and Evaluate Political Clientelism. *Theory and Society*, 28(2), 297-334.  
<https://doi.org/10.1023/A:1006905214896>
- Barreiro, X.L. (2008). *Vontade de Nación*. Ourense: Difusora.

- Blakeley, G. (2001). Clientelism in the Building of State and Civil Society in Spain. En *Clientelism, Interests and Democratic Representation*, Ed. Simona Piattoni. Cambridge: University Press, 77-100. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139175340.005>
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Club Siglo XXI.
- Caciagli, M. (1996). *Clientelismo, corrupción y criminalidad organizada*, Madrid: CEPC.
- Chubb, J. (1982). *Patronage, Power and Poverty in Southern Italy*. Cambridge, CUP.
- Cinar, K. (2016). A Comparative Analysis of Clientelism in Greece, Spain, and Turkey: the rural-urban divide. *Contemporary Politics*, 22, 77-94. <https://doi.org/10.1080/13569775.2015.1112952>
- Corzo, S. (2002). *El clientelismo político. El Plan de Empleo Rural en Andalucía: Un estudio de caso*. Granada, Editorial Universidad de Granada.
- Coleman, J. (1990). *Foundation of Social Theory*. Cambridge: Harvard U. Press.
- Della Porta, D. y Mény, Y. (eds.) (1995). *Corruzione e democrazia*. Napoli: Liguori.
- Della Porta, D. y Diani, M. (2011). *Los movimientos sociales*. Madrid: CIS-UCM.
- Eisenstadt, S. N. y Lemarchand, R. (1981). *Political clientelism, Patronage and Development*. London: Sage.
- Eisenstadt, S. y Roniger, L. (1984). *Patrons, Clients and Friends*. Cambridge: CUP. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511557743>
- Gambetta, D. (1988). *Trust. Making and Breaking cooperative relations*. Oxford: Blackwell.
- Geddes, B. (1994). *Political's Dilemma*. Berkeley: California U. Press. <https://doi.org/10.1525/9780520918665>
- George, A. L. y Bennett, A. (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press.
- Gerring, J. (2007). *Case study research. Principles and practices*. CUP. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511803123>
- Gil, M. (2009). *Allaríz, crónica dunha revolta*. Ourense: Difusora.
- Gómez, R. y Verge, T. (2011). Party Patronage in Spain: A Appointments for Party Government, en *Party Patronage and Party Government in European Democracies*, Ed. Petr
- Graziano, L. (1984). *Clientelismo e sistema político*. Milano: F. Angeli.
- Hedström, P. y Swedberg, R. (1998). *Social mechanisms: An analytical approach to social theory*, CUP. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511663901>
- Heywood, P. (1996). Continuity and change: analysing political corruption in modern Spain, en Posada-Carbó y Walter (coords.), *Political Corruption in Europe and Latin America*. NY: St. Martin's Press: 115-136. [https://doi.org/10.1007/978-1-349-24588-8\\_6](https://doi.org/10.1007/978-1-349-24588-8_6)
- Hopkin, J. (2001). A 'Southern model' of electoral mobilisation?: clientelism and electoral politics in Spain. *West European Politics*, 24, 115-136. <https://doi.org/10.1080/01402380108425420>
- Hopkin, J. y Mastropaolo, A. (2001). "From Patronage to Clientelism: Comparing the Italian and Spanish Experiences", En *Clientelism, Interests and Democratic Representation*, Ed. Simona Piattoni. Cambridge University Press, 152-171. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139175340.008>

- Jiménez, F. (2014). La trampa política: la corrupción como problema de acción colectiva, en Pastor Seller et al., *Gobernabilidad, ciudadanía y democracia participativa* (pp. 157-174). Madrid, Dykinson.
- Kitschelt, H. y Wilkinson, S. (2007). *Patrons, Clients, and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge: CUP.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511585869>
- Kopecký, P. y Scherlis, G. (2008). Party Patronage in Contemporary Europe. *European Review*, 16(3): 355-71. <https://doi.org/10.1017/S1062798708000306>
- Landman, T. (2011). *Política Comparada. Una introducción a su objeto y métodos de investigación*. Alianza Editorial, Madrid.
- Mahoney, J. (2003). Tentative Answers to questions about causal mechanisms, en Annual Meeting APSA.
- Mãiz, R. (2011). *A arte do imposible*. Editorial Galaxia, Xunta de Galicia. Vigo.
- Medina, L. F. y Stokes, S. (2007). Monopoly and Monitoring: a approach to political clientelism, en Kitschelt y Wilkinson (coord.), *Op. cit.*
- Merton, R. K. (1964). *Teoría y estructuras sociales*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Pantín, J. (2017). Votos por favores: el clientelismo político en la actualidad. Estudios de caso en la Galicia rural [tesis doctoral inédita]. Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset-Universidad Complutense de Madrid. Online en:  
<http://eprints.ucm.es/45524/>
- Pantín, J. (2019). *Votos por favores: el clientelismo de partido en las instituciones gallegas*. Estudios Políticos, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Madrid.
- Roniger, L. y Günes-Ayata, A. (1994). *Democracy, Clientelism and Civil Society*. Boulder: Lynne Rienner.
- Ruiz, L. y Otero, P. (2013), *Indicadores de partidos y sistemas de partidos*. Cuadernos Metodológicos, CIS, Madrid.
- Scott, J. (1972). Patron client politics and political change in Southeast Asia. *American Political Science Review*, 66(1). 91-113. <https://doi.org/10.2307/1959280>
- Stokes, S. et al. (2013). *Brokers, Voters, and Clientelism*. Cambridge U. Press.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107324909>
- Tarrow, S. (2012). *El poder en movimiento: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza Editorial, Madrid.
- Tilly, C. (2004). *Contention and Democracy in Europe, 1650-2000*, CUP.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511756092>
- Yin, R.K. (2003). *Case study research. Design and Methods* Thousand Oaks: Sage.

## NOTA BIOGRÁFICA

**José Manuel Pantín Morado** es investigador-colaborador de la Universidad de Santiago de Compostela del Equipo de Investigaciones Políticas. Doctor Europeo en Gobierno y Administración Pública con Premio Extraordinario por el Instituto Universitario de

Investigación Ortega y Gasset - Universidad Complutense de Madrid (2017). Graduado en Ciencia Política y de la Administración por la Universidade de Santiago de Compostela (2011); y Máster en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales en la Universidad Complutense de Madrid (2014). Ha publicado en revistas como *Opinião Pública*, *Revista Española de Ciencia Política* y una reciente monografía en la colección *Estudios Políticos* del Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Los temas de investigación de mayor interés son el clientelismo político, la corrupción, los mecanismos de vinculación políticos-ciudadanos y las estrategias para la distribución de políticas, con especial interés en los procesos históricos de competición política.