

18

2 0 1 8

**Revista
de História
da Sociedade
e da
Cultura**

CENTRO DE HISTÓRIA
DA SOCIEDADE E DA CULTURA

IMPRENSA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA

IMÍZCOZ BEUNZA, José María e ARTOLA RENEDO, Andoni (2016). *Patronazgo y clientelismo en la monarquía hispánica (siglos XVI-XIX)*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 430 pp., ISBN: 978-84-9082-301-9.

As relações de patrocínio e clientelismo no espaço da Monarquia Hispânica, durante um período compreendido entre os séculos XVI e XIX, constituem o tema central desta obra coletiva coordenada por José María Imízcoz Beunza e Andoni Artola Renedo. Na sua introdução é explicado que estas consistem em vínculos informais estabelecidos entre indivíduos economicamente desiguais, com o intuito de se firmarem lealdades políticas: as mercês concedidas são outorgadas em satisfação de serviços recebidos ou futuros, conseguindo-se com esta prática o estabelecimento de estruturas de domínio compostas por gente de confiança e o apaziguamento de potenciais tensões decorrentes de uma sociedade profundamente desigual.

Esta obra realiza um exercício bastante interessante na medida em que sintetiza os principais aspetos das relações de patrocínio e do modelo de exercício do poder político assente em redes de solidariedade pessoal, aos quais recorreram diversas entidades. Por este motivo, tem o mérito de a sua abordagem não se limitar à prática de dispensa de mercês pela monarquia, optando por apresentar a vasta panóplia de polos de poder que se afirmaram, na Época Moderna, como centros de redistribuição de recursos económicos e de recrutamento de servidores. Conforme afirmaram os coordenadores, os espaços de atuação da multiplicidade de agentes que dispunham dos recursos necessários à promoção de políticas de patrocínio e ao estabelecimento de clientelas não eram estanques, comunicando entre si contextos tão diferentes como a corte régia, as casas senhoriais, as instituições religiosas e a administração do Império de Habsburgo.

Composta por três capítulos e intitulada *Cuestiones generales*, a primeira parte do livro considera alguns aspetos mais genéricos do patrocínio e do clientelismo no contexto da Monarquia Hispânica. José María Imízcoz Beunza coloca a tónica no carácter declinatório das desigualdades sociais que caracteriza estas práticas paternalistas e na forma como estas constituíram uma alternativa à afirmação do poder por via da força. Por sua vez, Jean Pierre Dedieu ocupa-se do recurso a este expediente por parte das monarquias, que progressivamente se foram assumindo como a principal fonte de distribuição de mercês. Finalmente, Pilar Ponce Leiva aborda a sua aplicação nas colónias espanholas no continente americano segundo o modelo existente na Península Ibérica.

El patronazgo de los poderosos: señores, obispos, notables locales é o título

da segunda parte, que trata do recurso a estas práticas por parte de entidades dotadas de poderes jurisdicionais ou de outra natureza. Seguindo a linha de investigação de que se têm ocupado nas últimas décadas, Adolfo Carrasco Martínez e Luis Salas Almela abordam os mecanismos que permitiram às casas senhoriais aristocráticas administrarem os seus vastos e longínquos senhorios, sintetizando o primeiro autor a importância das clientelas da nobreza da seguinte forma: «Lo clientelar es, en realidad, el modo en que se ejerce el poder señorial, el modo en que se verifican las competencias señoriales y la organización de la casa e de la gestión del señorío» (p. 85). Ángela Atienza López debruça-se sobre uma questão mais específica, nomeadamente o investimento efetuado pela nobreza em conventos e de que forma esta dispensa de proteção podia ser utilizada. As entidades eclesiais são abordadas no quarto capítulo, mas a partir de perspetiva diferente: Antonio Irigoyen López analisa o papel dos bispos enquanto donatários e, simultaneamente, outorgantes de mercês, enquanto Julen Zorrozuza Santisteban estuda o mecenato artístico promovido, no século XVIII, na província de Biscaia por parte das elites locais que, individual ou coletivamente (paróquias, municípios e outras instituições), visaram obter reconhecimento social.

A terceira parte intitula-se *Patronazgo regio y gobierno imperial en la Monarquía de los Austrias* e analisa o patrocínio régio enquanto forma de governo em diversos espaços. Máximo Diago Hernando destaca a importância destes vínculos formados entre os reis de Castela e as oligarquias urbanas do mesmo reino no contexto da governação municipal dos espaços de jurisdição régia nos séculos XV e XVI. Raimundo Rodríguez Pérez retoma a questão do patrocínio aristocrático, escrevendo sobre o investimento material e cultural desenvolvido pelos marqueses de los Vélez nos reinos de Múrcia e Granada entre os séculos XV e XVIII. O recurso ao patrocínio como forma de integração de territórios, por via da persuasão, constitui a problemática estudada por Séverin Duc e José Eloy Hortal Muñoz, nos capítulos referentes ao ducado de Milão e aos Países Baixos. A abordagem efetuada por Arrigo Amadori ao governo dos vice-reinos americanos, durante o valimento do conde-duque de Olivares, segue a mesma linha, mas tem a particularidade de considerar a concessão de mercês como um mecanismo de criação de uma facção favorável à governação de D. Gaspar de Guzmán.

Os quatro artigos finais reportam-se unicamente aos séculos XVIII e XIX e reúnem-se sob o título de *Patronazgo e absolutismo. De la consolidación a la crisis del sistema*. Não obstante a qualidade dos seus trabalhos, é nesta parte que consideramos poderem levantar-se algumas questões. Em primeiro lugar, denota uma certa incoerência relativamente aos restantes capítulos, pelo me-

nos parcialmente. A abordagem de Javier Sánchez Márquez à embaixada do príncipe de Campoflorido a França, no âmbito da qual foi negociado com o valido de Luís XV, o cardeal de Fleury, o segundo Pacto de Família, considera a importância das redes de solidariedade em que o embaixador se suportou e o papel da *dádiva* enquanto mecanismo utilizado para conquistar a atenção do cardeal. Todavia, dificilmente se pode considerar que estes expedientes corresponderam a relações clientelares ou de patrocínio, pelo menos no sentido que lhes é atribuído na introdução do livro.

O título sugere ainda que a última parte se ocupa do crepúsculo destas práticas de governança. Os derradeiros capítulos analisam, efetivamente, as relações de patrocínio e clientelismo e o seu falhanço; porém, o insucesso verificado mais parece corresponder a episódios pontuais do que à falência de um modo de exercer o poder. Cristina González Caizán estuda a façanha do marquês de Ensenada e a formação da mesma em torno de um objetivo político concreto, no reinado de Fernando VI, bem como a sua queda em desgraça, reconstituindo os percursos individuais de alguns dos seus colaboradores. Antonio Calvo e Manuel Amador observam o reinado de Carlos IV e a proteção política dispensada pelo monarca às principais figuras de que se rodeou, considerando que aquele período não constituiu nenhum «momento de transición histórica» (p. 407). O último capítulo, de Andoni Artola Renedo, recupera a questão da falência, no século XIX, do modelo de criação de grupos de apoio político mediante o recurso ao patrocínio régio, nomeadamente a tentativa de criação de uma elite eclesiástica – todavia, frustrada em virtude de fatores conjunturais.

Estas duas últimas observações não afetam o relevante interesse dos artigos em causa, nem retiram merecimento algum ao livro. A abrangência temática do conjunto dos capítulos e a articulação entre os diversos espaços sociais, que se demonstra cabalmente ao longo das suas páginas, constituem méritos incontornáveis. Além de que esta obra aprofunda detalhadamente o estudo dos mecanismos informais de exercício de poder político assentes em relações pessoais, numa perspetiva policêntrica e sem incorrer no erro de se focar unicamente no poder monárquico. Este livro e a metodologia em que assenta correspondem, pois, a um exercício historiográfico muito pertinente, que deveria ser aplicado ao caso português.

CRISTÓVÃO MATA
CHSC – U. Coimbra
cristovaomat@hotmail.com