

Los Ybarra, política y empresa en la Restauración

Un ejemplo de la imbricación de poder público y relaciones privadas

MARÍA SIERRA
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

AH
OCT
2009
22

Tanto los propios miembros de la familia, como la *opinión pública* que observaba sus comportamientos, utilizaron con mucha frecuencia el término “Casa” para referirse a la actuación y la presencia pública de los Ybarra, una expresión que aunaba una estructura empresarial y un entramado familiar que estaban, ciertamente, fundidos. Pues bien, la organización de esta Casa, de esta familia-empresa, se debe a José M^a Ybarra. Componente de uno de los grupos que protagonizaron la renovación de la industria siderúrgica vasca, desde Bilbao, José M^a Ybarra había viajado repetidamente a Sevilla debido a intereses mercantiles de su familia, hasta que terminó instalándose definitivamente en esta ciudad tras su matrimonio. Aquí supo compaginar la gestión del originario negocio familiar con la creación de un patrimonio personal que pronto fue notable y estuvo bien diversificado.

Sin duda, el dinamismo empresarial demostrado después por sus hijos constituye una conducta heredada. La actitud innovadora del fundador del clan sevillano se manifestó sobre todo en la creación de la compañía naviera Vasco Andaluza de Transportes Marítimos, núcleo patrimonial de la Casa Ybarra durante la Restauración, aunque, desde el principio, el negocio mercantil se compaginó con también productivas actividades agrícolas y mineras.

A pesar de su estrecha imbricación con la economía y las elites sevilla-

SEÑORES Y SEÑORITOS

La familia Ybarra constituyó un grupo con una presencia singular en la vida pública sevillana de finales del siglo XIX y comienzos del XX, pues, a la par que destacó entre su elite económica por el papel directivo asumido en su seno, constituyó el sustento principal del Partido Conservador provincial, una de las dos clientelas políticas que se turnaron en el gobierno bajo el régimen de la Restauración. La familia ejerció un señalado protagonismo público desde el mismo momento de su instalación en la ciudad en 1842, cuando el patriarca del clan, José M^a Ybarra Gutiérrez de Cabiedes, decidió quedarse en el puerto fluvial sevillano, regentando la expansión de un originario negocio vasco dedicado a la navegación de cabotaje.

nas, José M^a Ybarra no perdió nunca el contacto con el mundo familiar-empresarial vasco del que procedía. En su ciudad de adopción ocupó varios cargos municipales y se implicó en la organización del Partido Conservador que participaría en 1874 en la Restauración monárquica auspiciada por Cánovas del Castillo.

SEGUNDA Y TERCERA GENERACIÓN. La segunda generación de los Ybarra sevillanos estuvo compuesta por cinco hermanos: los Ybarra González. Su tiempo corresponde al período en el que la familia adquirió una especial importancia dentro del marco político y económico sevillano. El mayor, José M^a, heredó el título nobiliario concedido a su padre y, con él, la representación familiar dentro del Partido Conservador provincial, mas su desapego por la política hizo que pronto esta tarea recayera en sus dos hermanos menores, Eduardo y Tomás. Ellos dos sí presidieron, uno tras otro, el Partido Conservador provincial, desde 1890 hasta 1916, fecha del fallecimiento del segundo. Luis y Ramón, los otros dos hermanos más jóvenes, se encargaron de la gestión diaria de la casa comercial y, si bien no tuvieron una participación política directa, apoyaron de múltiples maneras la actuación de sus hermanos. Con su tercera generación sevillana, la familia Ybarra experimentó una fuerte expansión (Ybarra Menchacatorre, Ybarra Lasso de la Vega, Ybarra Osborne, Ybarra Gomez-Rull e Ybarra Llorente); sin embargo, los difíciles años veinte y treinta vieron como el grupo, aunque mantenía una activa dedicación empresarial, rebajaba notablemente su presencia política.





José María Ybarra Cutiérrez de Cabeldes, fundador de esta dinastía de innovadores empresarios.



Eduardo y Tomás Ybarra González asumieron la actividad política iniciada por su padre liderando el Partido Conservador de Sevilla.

La red sobre la que los Ybarra construyeron su liderazgo está tejida por círculos parcialmente coincidentes en los que negocio, familia y clientela fueron cuidadosamente modelados. En un primer núcleo básico, cohesionado por lazos de consanguinidad, amistad e intereses, familia y patrimonio se imbricaron de manera prácticamente indivisible, relacionándolos con otras familias de las élites provincial y nacional. El éxito de los enlaces matrimoniales estratégicos y, sobre todo, la asunción de una función representativa en el seno de la élite económica local tienen mucho que ver con el salto ulterior a la política.

NEGOCIOS Y FAMILIA. Cuando José M^a Ybarra se instaló en Sevilla y estableció los cimientos de su sólida empresa, la misma dinámica económica de su actuación le convirtió en uno de los gestores natos de los intereses locales ante Madrid. Los cinco hermanos Ybarra González nacieron ya en un contexto en el que la familia y los negocios se fundían en un mismo marco de relaciones, un concepto de empresa ca-

racterístico por otra parte de aquella época. El patrimonio heredado fue gestionado por los hermanos de manera conjunta, prolongando en el tiempo actitudes y consignas empresariales en las que habían sido formados desde muy jóvenes. La combinación de una cierta capacidad de riesgo con un pragmático sentido realista a la hora de encarar sus inversiones, la dedicación personal y constante a las labores de gestión cotidiana de los negocios, la clarividente visión de la importancia de conocer y preparar los mercados y, en última instancia, la disposición a la defensa patronal o política de sus intereses económicos fueron todas actitudes mentales inculcadas por su padre, según refleja la correspondencia privada de la familia. Los hermanos Ybarra reforzaron esta mentalidad empresarial con un sentido familiar del negocio que les permitió explotar indivisa y solidariamente el patrimonio del grupo durante mucho tiempo.

La naviera fue el mayor activo del grupo, por sus beneficios e implicaciones públicas.

De forma constante, se fue ampliando la capacidad de la flota y el ámbito geográfico de acción, desde la costa mediterránea española y francesa, hasta la costa cantábrica, Inglaterra y el Báltico, para alcanzar más tarde el área americana. La empresa, que se caracterizó por una política de negociación con los competidores y una cuidada búsqueda de mercados, disfrutó de unos beneficios en continuo crecimiento hasta que el estallido de la Guerra Civil provocó el hundimiento de prácticamente toda la flota.

Otra firma, Hijos de José M^a Ybarra (luego Hijos de Ybarra), fue expresamente organizada para la explotación conjunta de las fincas agrícolas —aproximadamente unas 2.500 ha de olivar, tierras de labor y dehesas— y la posterior elaboración y comercialización de los productos de la vid y el olivo. Esta transformación alcanzaría su más completo desarrollo en el caso del aceite, ya que el grupo llegó a construir en 1913 una fábrica para proceder a su refinado. El nombre de Ybarra comenzó a resultar familiar en

Componente de uno de los grupos que renovó la siderúrgica vasca, José M^a Ybarra había viajado repetidamente a Sevilla por negocios antes de instalarse definitivamente en la ciudad tras su matrimonio





Archivo Ybarra

Comité Provincial de Partido Conservador sevillano en 1912. Tomás Ybarra está sentado el cuarto a la izquierda en la fila delantera.

muchos puertos españoles y americanos cuando se convirtió en la marca industrial del aceite refinado o de algunos productos subsidiarios como las aceitunas aderezadas. Buena parte de la comercialización de los derivados del olivo se hizo a través de la naviera de la Casa, al igual que la del vino elaborado en sus fincas complementando la producción propia con otros caldos comprados a granel.

Por otra parte, la inversión realizada a mediados del siglo XIX por el patriarca de la familia en la zona cuprífera de Huelva y Badajoz exigió de sus hijos, quienes ampliaron el patrimonio minero heredado con otras compras, la creación de una tercera sociedad. La Hispalense se dedicó tanto a la explotación directa de las minas como a su puesta en funcionamiento para la posterior venta, y en alguna ocasión ofició incluso de intermediaria en transacciones ajenas al grupo. Una evidente capacidad para diversificar operaciones y ampliar su radio de acción llevó a la Casa Ybarra a desarrollar

también actividades financieras, funcionando a través de la compañía J.M. Ybarra e Hijos como comisionados en Sevilla del Banco Hipotecario y del Banco Hispano Colonial, participando en proyectos como la creación de un Banco de Andalucía y sentándose en el Consejo de Administración de la sucursal provincial del Banco de España.

Todas estas sociedades económicas tenían un claro sentido familiar: su creación permitió a los cinco hermanos Ybarra dirigir conjuntamente sus principales negocios, admitir participaciones de amigos y parientes y, llegado el momento, introducir progresivamente a sus hijos en la gestión del patrimonio que habrían de heredar. Desde el “escritorio” (nombre que daban a las oficinas de la empresa), que hasta 1927 no abandonó la planta baja de la gran casa paterna y que simbolizaba, en su misma denominación, el carácter familiar de ese tejido empresarial, los Ybarra seguirían diariamente el pulso de sus intereses económicos.

ENLACES MATRIMONIALES. Además, en un mundo en el que familia y empresa se fusionan a través de múltiples lazos, el respaldo económico proporcionado por el parentesco iba mucho más allá de las originarias relaciones de consanguinidad. En la Casa Ybarra se reprodujo a través de los enlaces matrimoniales de la segunda y la tercera generación. Sus matrimonios constituyen un claro ejemplo de endogamia de clase, una actitud generalizada entre las élites del país, y que tuvo un sentido de utilidad económica del que los mismos Ybarra fueron conscientes. En 1904, por ejemplo, al estudiar la creación de una fábrica de abonos, valoraron a su favor, frente a posibles e importantes competidores, “el que de algo nos ha de servir vivir en Sevilla y tener relaciones con muchos labradores de esta provincia y parte de las limítrofes”.

No se trata solamente de que el entronque matrimonial con importantes familias de propietarios agrícolas de la zona —Osborne, Lasso de la Vega, Cómez Rull— soportara la potencial comercialización de fertilizantes químicos. Como resultado de su incorporación personal —a través de la adquisición de tierras— y matrimonial a la gran burguesía agraria sevillana, la familia Ybarra ocupó en repetidas ocasiones la presi-

La carrera pública de los Ybarra se desarrolló hasta alcanzar los límites de la política profesional; su presencia se hizo continuada en el Congreso, el Senado, el Ayuntamiento y la Diputación Provincial



Archivo Ybarra

La actitud innovadora del fundador del clan sevillano se manifestó, sobre todo, en la creación de la compañía naviera Vasco Andaluza de Transportes Marítimos.

dencia de una institución especialmente característica de la sociabilidad de las élites locales, el Real Círculo de Labradores y Proprietarios: es algo más que la expresión simbólica por parte de la buena sociedad sevillana de un reconocimiento de pertenencia e identificación; encaramándose sobre ese entramado de relaciones familiares y económicas los Ybarra estaban en el lugar adecuado para promocionarse como representantes de las pretensiones económicas de la elite local, y así lo hicieron cuando asumieron como necesaria la gestión política de sus propios intereses empresariales.

CLIENTELA Y POLÍTICA. En la Restauración, familia y clientela dibujaron círculos no equivalentes pero sí coincidentes en algunos segmentos, articulando un tejido social en el que las relaciones horizontales y las verticales se combinaron en distinto grado según la diferente capacidad (económica, de prestigio, de poder en suma) de los sectores sociales que vinculaban. Es más fácil entender la función de la familia como fundamento de superiores clientelas si se tiene en cuenta la vigencia del modelo antiguo de parentela amplia. El caso de los Ybarra es un buen ejemplo de cómo, en los estratos sociales en los que el patrimonio lo permitía, el hogar familiar incorporaba junto al matrimonio y sus hijos a numerosos parientes, allegados y un nutrido servicio doméstico hacia el que también se extendía de alguna forma la influencia protectora del cabeza de familia.

La “casa grande” de los Ybarra, como llamaban a la vivienda comprada por su padre y heredada luego por el primogénito, proporcionaba cobijo a una amplia parentela y constituía el punto de encuentro de la familia. A pesar de la lógica fragmentación del hogar originario a raíz de los sucesivos enlaces matrimoniales de los hermanos Ybarra González, la función de la vivienda paterna como domicilio mercantil colectivo y el hecho de que, con frecuencia, los nuevos matrimonios ocuparon casas lindantes o próximas (dibujando un estrecho triángulo entre las calles San José, Toqueros y Fabiola, en pleno centro histórico sevillano) prolongaron durante mucho tiempo una forma de vida caracterizada por la cohesión de una amplia parentela

en torno al cabeza de familia. Por otra parte, en España al igual que en otros ámbitos mediterráneos, la familia se agrandaba más allá de las relaciones de consanguinidad y de matrimonio a través de otras formas de agregación entre las que destacaba el padrino.

Primos, cuñados, sobrinos, ahijados, hijos de comerciantes en visita de aprendizaje... la Casa Ybarra se proyectaba desde la familia a la clientela a través de este primer escalón de parientes, allegados y amigos en muy distinta situación, que unían parentesco con favor y que convertían la familia en el ámbito natural y primero de las relaciones clientelares, en una gradación de infinitos matices desde la reciprocidad a la dependencia.

Que la familia incluyera relaciones clientelares no dejaba de ser el resultado lógico del endeble tejido socio-económico y, sobre todo, de las carencias asistenciales de la administración pública que caracterizaron a la España de la Restauración. La familia se entendía como un paracaídas amortiguador utilizable en condiciones adversas, ante la inexistencia de otros mecanismos de protección, y, en el ejercicio de tales funciones, es evidente que podía convertirse en una clientela jerarquizada dada la obligación adquirida por parte del beneficiario.

Protección familiar y dependencia clientelar se funden pues en este escalón primario del patronazgo. Sin embargo, la actividad clientelar de los Ybarra, como la de los notables políticos más significados de la Restauración, se caracterizó por superar en dimensiones y pretensiones ese primer y natural marco para el ejercicio del patronazgo, extendiéndolas para hacer de ellas su más eficaz sustento de su actividad pública.

Dinero y poder

■ En la Sevilla de la Restauración existieron, indudablemente, fortunas superiores a las de la Casa Ybarra, pero sus titulares rehusaron un papel político directo o se conformaron con incluir sus redes de clientes, amigos y dependientes en estructuras políticas superiores dirigidas por otros. Los hermanos Ybarra sin embargo, como Burgos y Mazo en Huelva o el Marqués del Bosch en Alicante, asumieron directamente una función de liderazgo político, utilizando para ello sus apoyos sociales y económicos y convirtiéndose en vértices imprescindibles en el proceso de vertebración del sistema canovista.



Baile en casa de los señores Ybarra (1904). La "casa grande" de los Ybarra proporcionaba cobijó a una amplia parentela y constituía el punto de encuentro de la familia.



Archivo Ybarra

En la formación de lo que fue una amplia clientela cabría distinguir, en primer lugar, un núcleo de mayor estabilidad compuesto por aquellos individuos directa y personalmente beneficiados por las gestiones de los patronos y, por lo tanto, estrechamente relacionados con ellos. Este núcleo activo de la clientela ybarrista se organizó sobre distintos vínculos y fuentes de favor: puestos de trabajo, ascensos y traslados en la administración pública... Las cartas y notas conservadas en el archivo familiar demuestran cómo los hermanos Ybarra gestionaron y, en buena parte, consiguieron infinidad de favores que colmaban la aspiración funcional de amigos abogados e ingenieros o solucionaban con relativa seguridad la inestabilidad laboral de clientes menores.

FAVORES PÚBLICOS Y PRIVADOS. En segundo lugar, la administración pública se convertía en el eje de vinculaciones clientelares al requerir la función mediadora de este tipo de notables para la resolución de una serie de intervenciones que resultaban conflictivas: multas, exenciones fiscales, procesos judiciales, requerimientos del servicio militar, etc. Por último, los Ybarra pudieron completar su fama de eficaces patronos clientelares con la utilización de su propio patrimonio como fuente para el favor: empleos, donativos más coyunturales, pasajes en los vapores de la compañía e, incluso, generosas ayudas al Ayuntamiento de la ciudad en situaciones catastróficas.

Junto al núcleo clientelar formado por el "favor privado", la existencia de la faceta pública del favor, que suponía la gestión de beneficios para distintos colectivos dibuja un círculo complementario, más difuso, de

beneficiarios que, aunque no dependieran tan estrechamente de las gestiones como aquellos otros componentes de la clientela que debían empleos y ascensos, colaboraron al mantenimiento del prestigio social de los benefactores. En el caso del favor solicitado para un colectivo, la gestión podía tener una publicidad que no existía en el favor individual: los periódicos locales se encargaban de recoger en sus páginas la habilidad demostrada por los Ybarra a la hora de conseguir del Estado partidas presupuestarias que permitiesen la construcción de una carretera, la continuación de las obras de encauzamiento del río Guadalquivir y toda una larga relación de lo que la publicística de la época consideraba el interés ciudadano.

Por su parte, los gestores procuraban dar publicidad a este tipo de trabajos, cuyo éxito suponía su caracterización como hábiles intermediarios políticos, como muestra el conocido pugilato entablado entre el liderazgo

conservador de Ybarra y el liberal de Rodríguez de la Borbolla, dispuestos a aparecer ante la opinión pública local como el más eficaz gestor de favores colectivos.

Su carrera pública se desarrolló hasta alcanzar los límites de la política plenamente profesional, su presencia se hizo continuada en el Congreso, el Senado, el Ayuntamiento o la Diputación Provincial, y su dedicación se consolidó con la presidencia del Partido Conservador provincial, al que dotaron de un liderazgo vigoroso y de una eficiente maquinaria electoral. Por otra parte, la eficacia con la que la elite local veía gestionadas sus peticiones alimentaba el prestigio político de aquellos que se habían convertido en sus representantes. Así, la Casa Ybarra se dibujaría ante el Gobierno como óptima intermediaria, gracias a su voluntad de dirigir la compaginación de distintos intereses periféricos y su articulación con el poder central.

Los estímulos que hicieron que los hermanos Ybarra abandonaran lo que podía haber sido un cómodo segundo plano de influencia política abarcan desde una mentalidad empresarial dinámica, que les hizo autoconsiderarse como los más seguros representantes de sus intereses económicos, hasta un particular sentido de la responsabilidad derivado de la defensa de la propia clientela y del compromiso adquirido con la elite local. Indudablemente estas últimas obligaciones son, a su vez, el resultado de su esfuerzo por construirse plataformas desde las cuales ejercitar distintas formas de poder, transformando para ello sus acnajes patrimoniales y familiares hasta convertirlos en sustento de una influencia ya no sólo privada sino también pública y política. ■

Más información

Díaz Morlán, Pablo

Los Ybarra: una dinastía de empresarios (1801-2001).

Marcial Pons, Madrid, 2002.

Sierra, María

La familia Ybarra, empresarios y políticos.

Muñoz Moya y Montraveta, Sevilla, 1992.

Ybarra Hidalgo, Eduardo

Notas sobre José María Ybarra, primer conde de Ybarra.

Hijos de Ybarra, Sevilla, 1984.